

PÄIVÄKIRJAOPINNÄYTETYÖ: KEHITTYMINEN MYYNTINEUVOTTELIJAN TYÖTEHTÄVISSÄ

Tiivistelmä

Tekijä(t) Haili, Jerry	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Valmistumisaika Kevät 2020
	Sivumäärä 42	
Työn nimi Päiväkirjaopinnäytetyö: Kehittyminen myyntineuvottelijan työtehtävissä		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia myyntineuvottelijan työtehtäviä ja analysoida myyntityötä ja sen kehittymistä. Opinnäytetyö toteutettiin päiväkirjamuotoisena ja raportointi tapahtui viikoittaisella tasolla kuvaamalla myyntineuvottelijan työtehtäviä. Työtehtävien seurannan pääpainona raportoinnissa oli myyntityö. Viikoittainen seurantajakso sijoittuu aikavälille 2.2.2020 – 3.5.2020. Päiväkirjaopinnäytetyössä työn toteuttamisaikana oli tietoliikennekonsernin myymälä Etelä-Suomen alueella. Yritys toimii kirjoittajan työnantajana.</p> <p>Myyntineuvottelijan työtehtäviä kuvattiin oman nykyisen työn analyysillä. Analyysissä esitellään myyntineuvottelijan keskeisimmät työtehtävät, käydään läpi sisäiset- ja ulkoiset sidosryhmät ja kerrotaan vuorovaikutustaidoista työpaikalla.</p> <p>Opinnäytetyön päiväkirjaraportoinnin tavoitteena oli havainnoida myyntineuvottelijan kehityskohteita myyntityön eri osa-alueilta ja analysoida myyntityön kehittymistä. Päiväkirjaopinnäytetyön päätteeksi kirjoittaja havaitsi löytäneensä useita kehityskohteita ja koki myyntityönsä kehittyneen kokonaisvaltaisemmaksi.</p>		
Asiasanat myyntineuvottelija, asiakaspalvelu, myyntityö, kehittyminen		

Abstract

Author(s) Haili, Jerry	Type of publication Bachelor's thesis	Published Spring 2020
	Number of pages 42	
Title of publication Diary thesis: Development in the work tasks of a sales negotiator		
Name of Degree Bachelor of Business Administration		
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to study the work tasks of a sales negotiator and to analyze the sales work and its development. The thesis was carried out in the form of a diary and the reporting took place on a weekly basis by describing the sales negotiator's work tasks. The focus of job monitoring in reporting was on sales work. The weekly monitoring period covers the time period from 2.2.2020 to 3.5.2020. In the diary thesis, the location of the work was the telecommunications group's store in the region of Southern Finland. The company acts as the author's employer.</p> <p>The work tasks of a sales negotiator were described by an analysis of his own current work. The analysis introduces the sales negotiator's most important tasks, reviews the internal and external stakeholders, and describes interaction skills in the workplace.</p> <p>The aim of the thesis' diary reporting was to observe the sales negotiator's development targets in the different areas of sales work and to analyze the development of sales work. At the end of the diary thesis, the author had found several areas for development and felt that his sales work had developed more holistically.</p>		
Keywords sales negotiator, customer service, sales work, development		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	OMAN NYKYISEN TYÖN ANALYYSI	2
2.1	Työvälineet ja järjestelmät	2
2.2	Myyntineuvottelijan keskeisimmät työtehtävät ja osaaminen	5
2.2.1	Myyntityö	6
2.2.2	Asiakaspalvelu	6
2.2.3	Laite- ja tuotetietous	8
2.3	Sidosryhmät työpaikalla	9
2.4	Vuorovaikutustaidot työpaikalla	13
3	PÄIVÄKIRJARAPORTOINTI	15
3.1	Seurantaviikko 1	15
3.2	Seurantaviikko 2	16
3.3	Seurantaviikko 3	18
3.4	Seurantaviikko 4	20
3.5	Seurantaviikko 5	21
3.6	Seurantaviikko 6	23
3.7	Seurantaviikko 7	24
3.8	Seurantaviikko 8	26
3.9	Seurantaviikko 9	28
3.10	Seurantaviikko 10	30
3.11	Seurantaviikko 11	32
3.12	Seurantaviikko 12	34
3.13	Seurantaviikko 13	36
4	POHDINTA JA PÄÄTELMÄT	38
	LÄHTEET	41

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on toteutettu päiväkirjamuotoisena. Päiväkirjaopinnäytetyössä raportoidaan viikoittaisella tasolla myyntineuvottelijan erinäisiä työtehtäviä ja käsitellään myyntituloksia sekä niihin johtavia tilanteita. Päiväkirjamuotoinen raportointi sijoittuu aikavälille 02.02.2020 – 03.05.2020 ja on pituudeltaan 13 työviikon mittainen. Raportoinnissa myyntityön analysointiin ja havainnointiin hyödynnetään erillisiä kirjallisuus- ja verkkoläheteitä. Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön tarkoituksena on havainnollistaa myyntineuvottelijan kehityskohteita ja seurata kehitystä myyntityössä.

Päiväkirjaopinnäytetyö on toteutettu operaattorin myymäläympäristössä, joka sijaitsee Etelä-Suomessa. Päiväkirjaopinnäytetyössä yritykseen viitataan nimellä Yritys X. Yritys X on tietoliikennekonserni, jonka liikeideana on tuottaa puhe-, data-, turvallisuus- ja tv-palveluita. Liittymäasiakkuuksia yrityksellä on yli 4 miljoonaa kappaletta. Yritys sai alkunsa vuonna 1999 ja nykyiseen muotoonsa konserni muovautui vuonna 2007 eri liiketoimintojen ja puhelinyhtiöiden yhdistyttyä.

Olen toiminut Yritys X:n palveluksessa myyntineuvottelijana vuoden 2017 alusta lähtien. Tuona aikana olen työskennellyt kolmessa eri myymälässä. Opinnäytetyön raportointi alkaa siitä päivästä, kun siirryin nykyiseen myymälääni. Työnteko sijoittuu osaltani viikon jokaiselle päivälle noudattaen myymälän aukioloaikoja. Työ on vuorotyötä ja sijoittuu arkipäivisin aikavälille 10.00 – 20.00, lauantaisin 10.00 – 18.00 ja sunnuntaisin 12.00 – 18.00. Tämän lisäksi viikoittainen varastoinventaario osuu kohdalleni noin neljän viikon välein, jolloin kyseinen työpäivä alkaa 8.30. Tavoitteena on saada varastoinventaario tehtyä ennen myymälän aukeamista.

Opinnäytetyön raportoinnin ajankohdalle osui myös koronaviruspandemia. Aihetta käsitellään opinnäytetyön raportoinnissa siitä syystä, että sillä on ollut suuri vaikutus työn tekemisen ja tuloksellisuuden kannalta. Raportoinnissa havainnoidaan pandemian vaikutuksia myyntityöhön, asiakasvirtaan sekä myyntineuvottelijan tilanteeseen sopeutumiseen. Pandemia aiheutti raportoinnin loppupuolella myös muutoksia työnkuvaan, kun heikon asiakasvirran vuoksi työn toteuttamispaikkana ollut myymälä suljettiin väliaikaisesti. Raportoinnin viimeiset kaksi seurantaviikkoa käsittelevät korvaavia töitä, jotka toteutettiin etätöinä kotoa käsin chat-palvelun asiakaspalvelijana.

Tässä päiväkirjaopinnäytetyössä kuvataan myyntineuvottelijan työtä myynnin näkökulmasta. Tekijään viitataan raportoinnissa myyntineuvottelijana ja myyjänä. Myymälässä, johon opinnäytetyön raportointi sijoittuu, on neljä myyntineuvottelijaa sekä myymäläpäällikkö.

2 OMAN NYKYISEN TYÖN ANALYYSI

2.1 Työvälineet ja järjestelmät

Myyntineuvottelijan päivittäiset työkalut koostuvat tietokoneesta sekä matkapuhelimesta. Valtaosa työstä tapahtuu tietokoneella, josta löytyy tarvittavat työkalut ja järjestelmät työn hoitamiseksi. Kuviossa 1 kuvataan myyntineuvottelijan päivittäisessä käytössä olevat työvälineet ja ohjelmat.



Kuvio 1. Myyntineuvottelijan työvälineet ja ohjelmat

Tietokone

Myyntineuvottelijan tärkein työväline. Tietokoneella toteutetaan kaikki asiakastietojen käsittely, tiedon haku sekä varsinaiset myyntitapahtumat. Tietokone toimii myös apuna ongelmatilanteiden ratkaisussa. Työn kannalta keskeisten ohjelmien käyttötarkoitus avataan tarkemmin alla olevassa tekstissä.

Kassajärjestelmä

Kassajärjestelmän kautta tuotteet myydään asiakkaille. Kaikki tuotteet, jotka myydään, on myytävä kassan kautta, jotta asiakas saa itselleen kuitin ja tuote poistuu myymälän varastosaldoilta. Lisäksi palvelutuotteet tulee merkitä myyntinä kassaan, jotta yritys saa tilastiatkkaa menekistä. Kassan kautta tapahtuvat myös varastosaldojen hallinnointi sekä valtaosa tuotteiden takuuvaihtoista. Kassan kautta tehdään myös viikoittainen varastoinventaario, jonka avulla selvitetään mahdolliset puutokset sarjanumeroseurattavista tuotteista.

Sähköposti

Sähköposti toimii yrityksen viestintävälineenä yksilöityyn viestintään sekä nopeaan tiedottamiseen valtakunnallisesti. Muun muassa päivän aikana tulevat muutokset sekä mahdolliset vikatilanteet järjestelmissä viestitään sähköpostitse. Myymälän sisäisen viestinnän osalta sähköpostia käytetään viikkotavoitteiden sekä kuukausittaisten myymäläpalaverien yhteenvedon ilmoittamiseksi. Aika ajoin asiakkaille lähetetään tarjouksia sähköpostitse, jos he näin itse toivovat.

Huoltoportaalit

Valtuutettujen laitehuoltojen huoltoportaalit ovat verkkosivuja, joiden kautta asiakkaan huoltoon tuoma laite saatetaan huollosta vastaavan yrityksen tietoon. Huoltoportaalien kautta tilataan myös kuljetukset huoltoon lähteville laitteille. Edellä mainittujen lisäksi portaalien kautta voidaan seurata laitteen huollon tilaa tarvittaessa.

Tukari

Yrityksen intranet. Tätä alustaa käytetään yrityksen sisäiseen tiedottamiseen sähköpostin ja WhatsAppin ohella. Tukarin kautta tapahtuu myös kirjautuminen kaikkiin myynti- ja asiakastietojärjestelmiin sekä muihin olennaisiin työkaluihin, kuten PEKA4:ään, Kiikariin sekä palvelukoneeseen. Sivusto on jaoteltu useaan osa-alueeseen yrityksen toimintojen mukaan, jonka kautta mahdollistetaan kohdistetumpi tiedottaminen yrityksen eri toiminnolle.

Tukari on äärimmäisen tärkeä tiedonlähde myyntineuvottelijalle. Sieltä löytyvät kaikki olennainen tieto, jota työn tekemiseen vaaditaan. Muun muassa järjestelmäohjeet, voimassa olevat kampanjat sekä liittymien vaihtosäännöt järjestelmien välillä löytyvät tätä kautta.

Matkapuhelin

Matkapuhelimen käyttö jää toissijaiseksi työvälineeksi myyntineuvottelijan työssä. Sitä käytetään lähtökohtaisesti kiireellisten asioiden hoitamiseen joko puhelimitse tai viestitse. Aika ajoin matkapuhelinta käytetään laitteen tai sovelluksen käytön opettamiseen ja demonstrointiin asiakkaalle.

Myynnintuki

Sisäinen tukikanava, johon myyntineuvottelija voi ottaa yhteyttä joko soittamalla tai chatin kautta. Pääosin itse käytän palvelua puhelimitse, sillä se on mielestäni huomattavasti nopeampi ja selkeämpi tapa saada asia hoidetuksi. Palvelu on käytettävissä valtakunnallisesti kaikelle myymälähenkilökunnalle sekä Call Centerin eli puhelinmyynnin työntekijöille.

WhatsApp

Käytetään lähinnä alueellisessa tarkoituksessa myymälöiden väliseen kommunikointiin sekä myymälähenkilökunnan tiedottamiseen. Myymälöiden välinen viestintä on esimerkiksi jonkin tuotteen saatavuuskyselyä. Myymälähenkilökunnan tiedottamiseen tämä on oiva työkalu, sillä WhatsApp on kaikilla aktiivisessa käytössä myös vapaa-ajalla, jonka ansiosta viestit tavoittavat kohteensa suurella varmuudella. WhatsApp tarjoaa alusta erinäisten median muotojen lähetykselle sekä tarjoaa täyden salauksen sisällölle (WhatsApp 2020).

ProQ = Asiakastietojärjestelmä. Tämän kautta voidaan toteuttaa myös liittymätyyppien muutokset.

Visio = Myynti- ja asiakastietojärjestelmä. Vision kautta voidaan myydä, muuttaa sekä irtisanoa tuotteita ja palveluita sekä luoda uusia asiakkuuksia.

Digita Visio = Myynti- ja asiakastietojärjestelmä. Digita Visio on hieman karsitumpi versio Visiosta vähemmällä toiminnoilla, mutta perusidea on sama. Voidaan myydä, muuttaa sekä irtisanoa tuotteita ja palveluita.

AspaAuvo = Asiakastietojärjestelmä. Sama järjestelmä kuin ProQ, mutta tämän kautta tehdään pääsääntöisesti liittymätyyppien muutokset sekä käyttäjä- ja maksajatietojen muutokset. AspaAuvon kautta voi myös luoda uuden asiakkuuden tarpeen mukaan.

Kiikari = Asiakastietojärjestelmä. Näyttää kokonaiskatsauksen asiakkuudesta sekä mahdollisia kohdennettuja erityistarjouksia. Kiikarin kautta voidaan myös tarkastella kontaktihistoriaa, eli miten ja milloin yritys on ollut asiakkaaseen yhteyksissä. Tämän kautta näkyy myös asiakkaan yhteydenotot yrityksen suuntaan pois lukien myymäläkäynnit.

SuperAuvo = Myyntijärjestelmä. Tämän järjestelmän kautta toteutetaan liittymämyyntiä, palvelutuotemyyntiä sekä tarvike- ja laitemyyntiä osamaksulle.

Vilma = Myynti- ja asiakastietojärjestelmä. Järjestelmän kautta voidaan myydä, muuttaa sekä irtisanoa tuotteita ja palveluita.

Selleri = Myynti- ja asiakastietojärjestelmä. Vanha järjestelmä, joka on hiljalleen poistumassa. Pääsääntöisesti yritysasiakkuuksille suunnattu järjestelmä, jonka kautta voidaan myydä, muuttaa ja irtisanoa palveluita.

PEKA4 = Yrityksen sisäinen kuuluvuuskartta. Tarkempi kuin verkkosivuilta löytyvä kuuluvuuskartta. PEKA4:n avulla voidaan tutkia osoitteen perusteella alueen peittokarttaa. Näyttää myös mastojen sijainnit, alueen maksiminopeudet sekä suositellun maston, jota kohti suunnata 4G-laitteistoa.

Palvelukone = Toimeksiantojen lähetys yrityksen eri toimijoille. Tämän kautta myymälästä voidaan kontaktoida muita osastoja, kuten laskutusta tai asiakaspalvelua.

2.2 Myyntineuvottelijan keskeisimmät työtehtävät ja osaaminen

Työtehtäväni myyntineuvottelijana ovat erittäin monipuolisia ja jokainen työpäivä on erilainen. Tehtävät mukautuvat myymälässä asioivien asiakkaiden tarpeiden mukaan, jonka vuoksi työpäivän sisältöä on mahdotonta ennakoida etukäteen. Yleisimpiä työtehtäviä ovat asiakkaiden laite- ja sovellusongelmien ratkaiseminen, tuotteiden ja palveluiden myynti, erinäiset lasku- ja palveluselvitykset nykyasiakkaille sekä nykyisten asiakassuhteiden ylläpito.

Myyntineuvottelijan keskeisimpiin työtehtäviin kuuluvat palvelutuotemyynti, laitemyynti, tarvikemyynti, asiakaspalvelu, nykyasiakkuuksien hallinta sekä myymälän ylläpito. Olen- naista työn onnistumisen kannalta on löytää asiakkaalle kokonaisvaltaisia ratkaisuja vastaamaan heidän käyttötarpeitaan. Opinnäytetyössä tullaan keskittymään myyntipuoleen niin uusmyynnin kuin nykyasiakasmyyntin puolesta. Myyntiä tehdään pääasiassa kuluttajille, mutta myymälässä palvelee myös yritysasiakkaita.

Yleisimpien työtehtävien lisäksi työnkuvaan kuuluvat myymälän ylläpitoon liittyvät rutiinit, kuten tavaralähetysten purkaminen, tarkistus ja vastaanottaminen. Laitteiden osalta myyntineuvottelija tarjoaa käyttöönotto- sekä käyttöopastusta ja laitteen vaihdon yhteydessä tiedonsiirron vanhasta laitteesta uuteen, mikäli asiakas näin haluaa. Viikoittaiset varastoinventaariot vuorottelevat myymälän henkilökunnan välillä siten, että yksittäinen myyntineuvottelija tekee varastoinventaarion keskimäärin kerran kuukaudessa. Tämän lisäksi myymälässä tehdään kerran vuodessa kaikki tuotteet kattava inventaario.

2.2.1 Myyntityö

Myyntityö on tärkein osa myyntineuvottelijan työtehtäviä. Myyntineuvottelijalle on asetettu useita eri tavoitteita kalenterikuukaudelle liittymämyynnin, laitemyynnin sekä palvelutuotemyynnin osalta. Edellä mainituista tärkeimmäksi alalla nousee liittymämyynti, jota myös seurataan tiiviisti. Palkkamalli työssä on provisiopohjainen, joka on omiaan kannustamaan myyntineuvottelijoita tekemään myyntiä. Mitä parempi kuukausi on myynnillisesti, sitä enemmän myyntineuvottelija tienaa tekemästään työstä.

Liittymämyynnin haasteellinen osuus on se, että lähes jokaisella asiakkaalla on liittymä entuudestaan. Lähtökohtana myyntitilanteelle asettuu tätä kautta se, että asiakkaalle tulee perustella tarjotun liittymän parhaat puolet ja verrata niitä jo hänellä olemassa olevaan liittymään. Näitä erottavia tekijöitä on monenlaisia. Joillekin asiakkaille nopea nettiyhteys on ehdottoman tärkeää, kun taas toiset haluavat mahdollisimman edullisen liittymän sen vuoksi, että he eivät juurikaan käytä matkapuhelintaan. On siis ehdottoman tärkeää kartoittaa asiakkaan käyttötottumukset ja mahdolliset käytön muutokset huolellisesti, jotta liittymän vaihto olisi mahdollisimman helppoa perustella kaupanpäätyksen hetkellä. Työssä on oppinut tekemieni vuosien aikana sen, että kartoittamisessa ei voi oikaista, jos mieltä saada tulosta aikaiseksi. Kaikki pohjatyö, jota myyntineuvottelija tekee ennen kaupanpäätytystä, tulee vaikuttamaan siihen, vastaako asiakas myöntävästi vai kieltävästi.

Olen kartuttanut tietojani ja taitojani usean vuoden ajan yrityksen palveluksessa ja eri myymälöissä työskentely on tuonut työhön uutta perspektiiviä. Jokainen myymälä on eronnut asiakaskunnaltaan toisiinsa verrattuna, ja tämän myötä olen oppinut toimimaan monenlaisten ihmisten kanssa ongelmitta. Myynneissäni on omasta mielestäni paljon parannettavaa, mutta uskon pienien korjausliikkeiden saavan aikaan ison muutoksen. Tässä opinnäytetyössä tähtäänkin tarkastelemaan omaa tekemistäni aiempaa paremmin ja havaitsemaan ongelmakohtia asiakaskohtaamisissa.

Opinnäytetyön lähtötilanteessa suurimmaksi haasteekseni myynnin osalta koen tasaisuuden puutteen liittymämyynnissä. Tulokset ovat vuosien varrella ailahtelleet ja vaikka kokonaiskuvassa tulos on ollut hyvää, niin tiedän pystyväni suoriutumaan nykyistä paremmalla tasolla. Raportoinnissa keskitytään myyntineuvottelijan toimintaan ja viikottasolla pyritään löytämään kehityskohteita, jotka muodostuvat viikoittaisiksi teemoiksi.

2.2.2 Asiakaspalvelu

Työtehtäviin sisältyy paljon asiakaspalvelua. Moni myymälässä asioiva asiakas on sellainen, joka ei ole lähtökohtaisesti tullut ostamaan mitään. Monesti asiakas haluaa vain tulla

selvittämään esimerkiksi laskuasiasiaa tai lopettamaan jotain palvelua, joka on jäänyt hänelle turhaksi. Varsinkin silloin, kun aloitin myyntineuvottelijan työt, kuvittelin työn olevan lähes tulkoon pelkkää myyntityötä. Näin asia ei kuitenkaan ollut, vaan olemme myymälänä asiakaspalvelukanava siinä missä chat-palvelu tai puhelimitse toimiva asiakaspalvelukin. Tähän jokaisen myyntineuvottelijan pitää osata asennoitua, sillä nykyasiakkaat ovat yrityksen tulonlähde ja heitä tulee palvella yhtä hyvin kuin niitä asiakkaita, jotka ovat tulleet ostamaan tuotteita tai palveluita. Asiakaspalvelutilanteet voivat myös usein kääntyä myynnillisiksi tapahtumiksi, kunhan myyntineuvottelija malttaa hoitaa ensin asian, jonka vuoksi asiakas on myymälään saapunut.

Asiakaspalvelu on osaltani erittäin hyvällä tasolla. Yritys mittaa asiakastyytyväisyyttä erilaisilla kyselyillä. Myymälässä eniten näkyvä asiakastyytyväisyyden mittaamisen muoto on kassan kautta automaattisesti lähtevät tekstiviestit, joissa kysytään asiakkaalta, oliko asiointi myymälässä onnistunut. Mittarina kyselyssä toimii NPS eli Net Promoter Score, jonka arviointiasteikko on välillä 0 – 10. Net Promoter Score on Fred Reichheldin tekemä mittari, joka mittaa asiakasuskollisuutta ja kertoo yritykselle, millä todennäköisyydellä asiakas hyödyntää yrityksen palveluita uudelleen tai kuinka todennäköisesti hän suosittelee yritystä ystävilleen (SurveyMonkey 2020). Kyselyn tulokset lasketaan yhteen ja niiden keskiarvo mitataan välillä 0-100. Yritys X:n tahtotila olisi, että jokaisen myyntineuvottelijan NPS-tulos olisi vähintään kahdeksankymmentä. Oma NPS-tulokseni on lähes joka kuukausi yhdeksänkymmenen ja sadan välillä. Parhaimmillani olen itse saavuttanut sadan pisteen tuloksen yhtäjaksoisesti seitsemän kuukauden ajan.

Asiakkaat esittävät usein kysymyksiä sellaisistakin tuotteista tai palveluista, jotka eivät liity yritykseen toimintaan millään tavoin. Tällaisissakin tilanteissa pyrin parhaani mukaan autamaan ja opastamaan heitä, jotta asiakaskokemuksesta tulee mieluista. Lähtökohtana näissä tilanteissa kuitenkin oletusarvoisesti on se, että asiakas on ajatellut sen olevan osana yrityksen toimintaa. Monesti esimerkiksi älylaitteiden kohdalla asiakkaan sovelluskaupasta itse ladatut sovellukset aiheuttavat päänsäryn ja periaatteessa myyntineuvottelijalla ei ole velvollisuutta näihin ottaa kantaa. Tällä tavoin asiakkaalle jää yrityksestä positiivinen mielikuva ja hän palaa myymälään suuremmalla todennäköisyydellä tulevaisuudessa.

Oikeanlainen kommunikointi on tärkeä työkalu myyntineuvottelijalle. Tuotteita tai palveluita myytäessä on suositeltavaa olla innostava myytävää asiaa kohtaan. Aito innostuneisuus tarttuu asiakkaaseen ja asiakaskohtaamisesta tulee mukavampi ja suurella todennäköisyydellä kaupallisempi (Laine 2011). Asiakaspalvelun osalta myyntineuvottelijan on osattava sopeutua tilanteeseen. Jos tilanne on esimerkiksi se, että asiakas asioi myymälässä

tuotuneena, niin on tärkeää saada tilanne rauhoitettua, jotta asiakaskohtaaminen voi olla onnistunut. Myyntineuvottelijan tulee kiinnittää huomiota omaan elekieleensä ja ilmaistaitoonsa, sillä ne esittävät suurta roolia myyjän ja asiakkaan välillä.

2.2.3 Laite- ja tuotetietous

Tärkeä osa myyntineuvottelijan työtä on tuntea myytävät laitteet ja tuotteet hyvin. Tunteisuus lisää asiantuntijuutta asiakkaan silmissä ja myyntitilanteet ovat helpompia, jos myyntineuvottelija tietää mistä puhuu. Myymälässä on valtava määrä laitteita, tuotteita sekä tarvikkeita ja valikoima vaihtuu jatkuvasti, joten myyntineuvottelijan on ylläpidettävä tietämystään aktiivisesti. Asiakkaat odottavat myyntineuvottelijan tuntevan myynnissä olevat tuotteet läpikotaisin.

Laitteet ovat varmasti haastavin osa-alue. Valikoima päivittyy jatkuvasti ja lähes jokaisesta älylaitteesta julkaistaan uusi versio ajan myötä. Kilpailijoiden laitteet saattavat olla ominaisuuksiltaan välillä jopa identtiset, jolloin myyntineuvottelijan tulee tietää, mitkä erot ovat vaikkapa käyttöjärjestelmän puolelta. Tietoja pitää osalta myös soveltaa asiakkaan tarpeisiin sopiviksi. Mikäli myyntineuvottelijan tiedoissa on puutteita, saattaa asiakas jättää laitteen kokonaan ostamatta ja siirtyä kilpailijan liikkeeseen ostamaan tuotteen, josta saa asiantuntevia vastauksia kysymyksilleen. Laitteiden ominaisuuksien lisäksi myyntineuvottelijan tulee tietää myös, kuinka laitteet toimivat. Monesti asiakas haluaa vertailla käytettävyyttä sekä ominaisuuksia uuden puhelimen ja hänen nykyisen puhelimensa välillä, joten tuotetietous ei rajoitu ainoastaan sillä hetkellä myynnissä oleviin tuotteisiin.

Laitetuntemuksen lisäksi myyjän tulee tuntea muut tuotteet, kuten kuulokkeet sekä suojaravinteet laitteille. Kuulokkeiden ominaisuudet vaihtelevat runsaasti ja malleja on useita, jonka vuoksi niidenkin osalta tulee olla itse aktiivinen opiskelemaan vähintään tärkeimmät ominaisuudet ja erot muihin vastaaviin kuulokkeisiin. Kuulokkeiden tuntemus voi olla aika ajoin haastavampaa kuin laitteiden. Laitteista järjestetään julkistamistilaisuuksia ja laitevalmistajan työntekijät vierailevat myymälöissä kertomassa uusien laitteiden ominaisuuksista, mutta kuulokkeet tulevat valikoimiin ilman sen suurempaa promootiota. Tämä pätee myös moniin muihin tuotteisiin ja tarvikkeisiin, jonka vuoksi myyntineuvottelijan tulee seurata valikoiman kehittymistä.

Myyntineuvottelijan olisi myös hyvä tuntea yleisimmät sovellukset, joita asiakkaat käyttävät. Niihin kysytään usein käyttöapua ja neuvoja, vaikka kolmannen osapuolen sovellukset eivät varsinaisesti kuulukaan työnkuvaan. Asiakaspalvelun laatu ja asiakastyytyväisyys paranevat, jos myyntineuvottelija hoitaa asian sen sijaan, että kieltäytyisi palvelemasta vedoten siihen, että kyseinen sovellus ei kuulu asiaan. Usein näissä tilanteissa

myyntineuvottelijalla on parempi laitetuntemus ja sovellukset ovat pääosin helppokäyttöisiä, joten vaikka sovellus ei olisi tuttu, niin se on nopea opiskella asiakaskohtaamisen aikana. Uuden oppiminen ei myöskään mene koskaan hukkaan ja pätevä henkilökunta tuo työnantajalleen menestystä kilpailun ollessa alalla kovaa (Ilmarinen 2020).

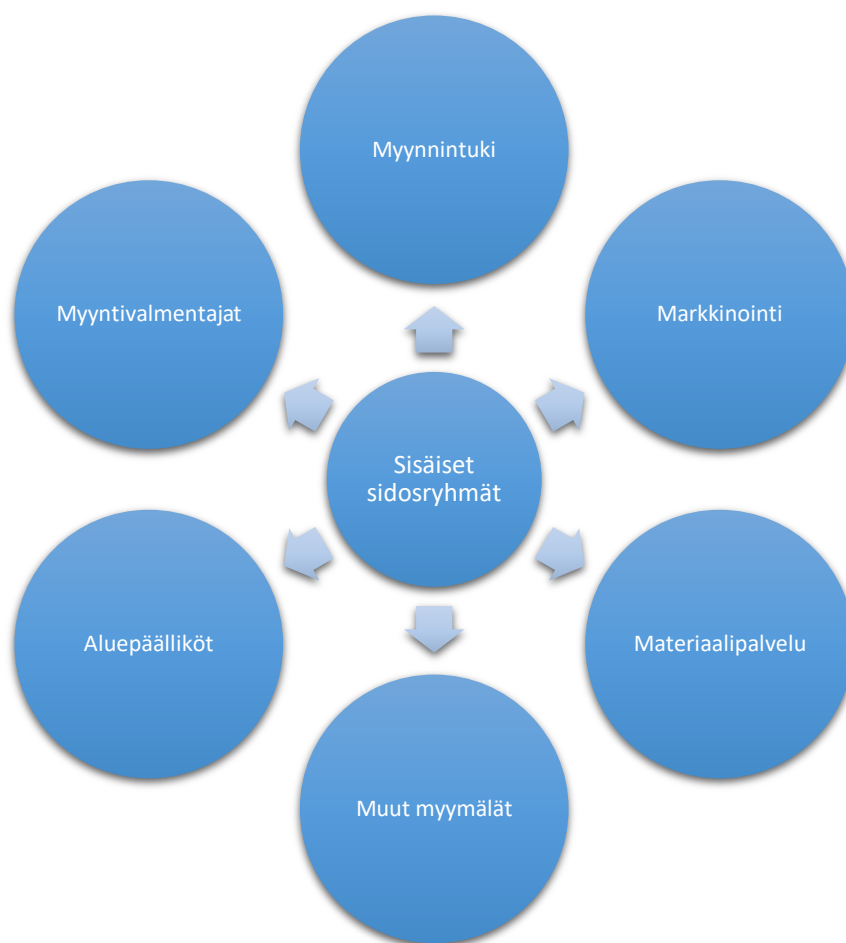
Oma laite- ja tuotetietämykseni on hyvällä tasolla. Useimmissa tapauksissa osaan kertoa asiakkaalle heti suurimmat erot vertailtavien tuotteiden välillä. Mikäli asiakas kysyy tarkempia tietoja tai en osaa vastata johonkin, niin ohjaan asiakkaan tiskin ääreen ja katsonme yhdessä joko verkkosivujemme tai muun tietolähteen kautta. Tällaisia tietolähteitä ovat esimerkiksi laitevalmistajien omat sivut tai verkkosivut, joihin on kerätty tietoja laitteista. Raportointiosuudessa käsitellään muutamaa eri tapaa hakea tietoa laitteista internetin kautta.

2.3 Sidosryhmät työpaikalla

Myyntineuvottelijan työssä sidosryhmät jakautuvat sekä sisäisiin sidosryhmiin että ulkoi-
siin sidosryhmiin. Työn tehokkuuden kannalta on tärkeää, että myyntineuvottelija osaa hyödyntää sisäisten sidosryhmien tarjoamia hyötyjä omaan työhönsä. Jotta työ on tulok-
sellista ja onnistuneesti toteutettua, täytyy myyntineuvottelijan kiinnittää erityistä huomiota ulkoisten sidosryhmien intresseihin ja tarpeisiin.

Yritys X:ssä sisäisten sidosryhmien tarkoituksena on tarjota myyntineuvottelijalle työkaluja työn toteuttamiseen sekä antaa tukea sekä opastusta työnteon eri tilanteisiin. Ulkoiset si-
dosryhmät ovat erityisen tärkeässä asemassa myyntineuvottelijan työssä. Ulkoisten sidos-
ryhmien joukosta löytyy yrityksen tulonlähteitä sekä tärkeitä kumppaneita, joiden esittämiä
toiveita tulee kuunnella.

Kuviossa 2 kuvataan myyntineuvottelijan sisäiset sidosryhmät Yritys X:ssä. Sisäisiin si-
dosryhmiin kuuluvat myynnintuki, myyntivalmentajat, aluepäälliköt, markkinointi, materiaa-
lipalvelu sekä muut myymälät.



Kuvio 2. Myyntineuvottelijan sisäiset sidosryhmät.

Sisäisistä sidosryhmistä päivittäisellä tasolla eniten hyödynnetään myynnintukea. Myynnintuen kautta voidaan hoitaa lähes kaikki järjestelmäpuolen asiat, joita myyntineuvottelija ei joko osaa tai hänellä ei ole oikeuksia tehdä muutoksia. Myynnintuen kautta voidaan myös varmistaa kampanjoiden käyttö sekä kysyä lupaa myyntiin, mikäli järjestelmä jostakin syystä myynnin estää. Lisäksi osa palveluiden irtisanomisista hoidetaan myynnintuen kautta ja kuolintapaukset ilmoitetaan aina heille.

Toinen päivittäisessä käytössä oleva sidosryhmä on muut myymälät. Tätä sidosryhmää hyödynnetään aika ajoin avun saamiseksi ja asiakaspalvelun tueksi. Silloin tällöin käy niin, että omasta myymälästä jokin myytävä tuote on päässyt loppumaan suuren menekin vuoksi tai sen takia, että sen valmistus on lopetettu korvaavan tuotteen julkistuksen myötä. Näissä tapauksissa voimme ohjata asiakkaan asiomaan toisessa myymälässä. Näissä tapauksissa pyydämme toisen myymälän henkilökuntaa varaamaan tuotteen asiakkaan nimellä, jotta tuote on varmasti hänelle saatavilla.

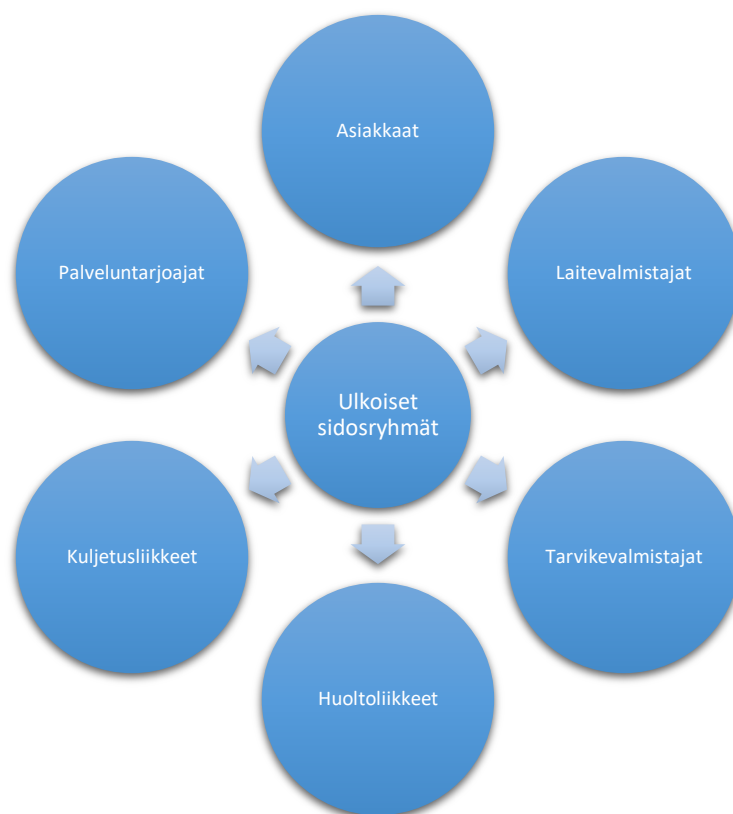
Markkinointi huolehtii myymälöiden ulkoasusta ja myymälätarvikkeiden saatavuudesta. Erilaiset teema- ja alennusviikot toteutetaan markkinoinnin ohjeistuksen mukaisesti ja he

tilaavat myymälöihin markkinointimateriaalit. Markkinointi hoitaa myös ohjeistuksen demolaitetasojen ylläpitoon, jotta jokaisen myymälän esillepano olisi mahdollisimman yhtenevä. Lisäksi osa myymälässä käytettävistä tarvikkeista tilataan markkinoinnin kautta, kuten asiakkaalle tarjottava kahvi, maito ja sokeri. Lisäksi kirjoitusvihot, kynät, nitojat ja muut vastaavat kulkevat heidän kauttaan.

Materiaalipalvelu vastaa tuotteiden ja tarvikkeiden saatavuudesta ja kuljetuksesta. Materiaalipalvelu myös ohjeistaa mahdolliset palautukset vanhoista tuotteista, jotka vedetään pois myynnistä. Materiaalipalvelun apua voi hyödyntää myös niissä tilanteissa, joissa esimerkiksi sarjanumeroseurattavissa laitteissa on joitain sekaannuksia tai jos jonkin tuotteen saldot pitää saada korjatuksi.

Myyntivalmentajat ja aluepäälliköt ovat myyntineuvottelijan tukena. Ensisijaisesti myyntineuvottelija kontaktoi oman alueensa myyntivalmentajaa tai aluepäällikköä, mutta myös muiden alueiden henkilöt ovat käytettävissä tarpeen vaatiessa. Heiltä voi kysyä arkisempia asioita, kuten ratkaisuja kinkkisiin ongelmiin tai tiedustella jonkin palveluntarjoajan tai laitevalmistajan yhteystietoja. Lisäksi heidän kanssaan voi vapaasti keskustella omista myynneistään ja kysyä vinkkejä myyntitilanteisiin. Aluepäällikkö sekä myyntivalmentaja vierailevat myymälöissä tasaisin väliajoin kyselemässä kuulumisia, jakamassa vinkkejä ja yleisesti katsastamassa, että kaikki on hyvällä mallilla. Aluepäällikkö lähettää myös viikoittain raportteja alueelta sekä toimittaa ohjeistuksia henkilökunnalle.

Myyntineuvottelijan ulkoisiin sidosryhmiin kuuluvat asiakkaat, laitevalmistajat, palveluntarjoajat, tarvikevalmistajat, huoltoliikkeet sekä kuljetusliikkeet. Yksittäisenä ulkoisena sidosryhmänä tärkeimpänä esiintyy asiakkaat, joiden intresseihin koko työnkuva perustuu. Laitevalmistajat ohjaavat myyntineuvottelijoiden myyntejä tiettyihin laitteisiin erilaisten kanusteidien kautta. Kuviossa 3 kuvataan myyntineuvottelijan työn ulkoisia sidosryhmiä. Ulkoisia sidosryhmiä käsitellään tarkemmin kuvion alla olevassa tekstissä.



Kuvio 3. Myyntineuvottelijan ulkoiset sidosryhmät

Asiakkaat ovat ulkoisista sidosryhmistä tärkein myyntineuvottelijan työssä. Työnteko rakentuu pitkälti asiakkaiden intressien ympärille. Tätä sidosryhmää käsitellään laajasti päiväkirjaopinnäytetyössä, jonka vuoksi aiheeseen ei pureuduta tarkemmin tässä osiossa.

Laitevalmistajat ovat tärkeä osa myymälässä työskentelyä. Laitevalmistajien edustajat vierailevat myymälöissä usein uusien laitejulkaisujen aikoihin ja välillä he käyvät muuten vaan tapaamassa myyntineuvottelijoita ylläpitääkseen hyvät välit Yritys X:n henkilöstöön. Laitevalmistajien edustajat auttavat myös tarvittaessa myyntineuvottelijoita, jos heidän laitteessaan on jokin askarruttava ongelma, jota myyntineuvottelija ei osaa itse ratkaista. Kuten aiemmin mainitsin, niin laitevalmistajat määrittelevät laitemyyntiä omien intressiensä mukaisesti. Mikäli laitevalmistaja haluaa jotakin heidän laitettaan myytävän enemmän tai varmistaa, että myynnit pysyvät hyvinä, voivat he asettaa rahallisen lisäkannusteen laitteen myyntiin. Aika ajoin järjestetään myös myyntikilpailuja laitevalmistajan toimesta, jossa kärkipäähän sijoittuneet myyntineuvottelijat voittavat kyseisen valmistajan tuotteita itselleen. Jotkin laitevalmistajat ovat myös toteuttaneet virtuaalisia koulutusportaaleja, jonka kautta heidän tuotteistaan ja palveluistaan voi opiskella lisää itsenäisesti.

Huoltoliikkeiden kanssa yhteistyötä tehdään tiuhaan tahtiin. Mikäli asiakkaan laite on rikkoutunut, niin toimitamme laitteen myymälästä eteenpäin kyseisen laitevalmistajan

määrittelemään valtuutettuun huoltoliikkeeseen. Raportoinnin alkaessa laitteille oli yksi huoltoliike, mutta sen konkurssin myötä huoltoliikkeitä on nykytilanteessa neljä.

Myyntineuvottelijan työssä on muutama palveluntarjoaja, joiden kanssa tehdään yhteistyötä. Yritys X toimii kyseisten palveluntarjoajien jälleenmyyjänä heidän tuotteilleen ja palveluilleen ja laskutus kulkee Yritys X:n kautta asiakkaille. Aika ajoin myyntineuvottelija kontaktoi palveluntarjoajia asiakkaiden puolesta. Yleisiä tilanteita ovat sellaiset, joissa asiakas ei tiedä mihin ottaa yhteyttä tai kokee epävarmuutta kontaktoida heitä itse. Tällöin myyntineuvottelija voi omalta osaltaan auttaa asiakasta ja selvittää tilanteen asiakkaan puolesta.

Kuljetusliikkeet hoitavat tavaroiden toimittamisen myymälään sekä myymälästä eteenpäin. Materiaalipalvelun tilausten perusteella kuljetusliikkeet toimittavat tavaraa myymälään, mutta myymälästä voidaan esimerkiksi tilata kuljetus kahden myymälän välille. Lisäksi myymälästä käsin tilataan kuljetukset huoltoliikkeille noudattaen huoltoliikkeen määrittelemää yhteistyösopimusta eri kuljetusliikkeiden kanssa. Tällä hetkellä myymälästä käsin tehdään kuljetustilauksia neljään eri kuljetusliikkeeseen.

2.4 Vuorovaikutustaidot työpaikalla

Myymälässä kommunikointi tapahtuu suomen tai englannin kielellä. Englannin osaamista ei edellytetä työhön palkkaamisessa, mutta siitä on huomattavaa hyötyä. Myyntineuvottelijan kommunikointi asiakkaalle tulee olla selkeää ja helposti ymmärrettävää. Monesti myymälässä asioi asiakkaita, jotka eivät puhu suomen kieltä. Mikäli myyntineuvottelija ei osaa englantia, niin tilanteesta tulee haasteellinen. Yleensä tällaiset tilanteet ratkaistaan ohjaamalla asiakas toiselle myyntineuvottelijalle tai kollega tulee tukemaan kyseistä myyntineuvottelijaa ikään kuin tulkiksi. Yritys X:n omistajuus siirtyi viime vuonna ulkomaiseen omistukseen, jonka seurauksena emoyhtiön lähettämät sähköpostiviestit ovat englannin kielellä. Englannin kieli on itselläni lähtökohtaisesti kiitettävä, mutta aika ajoin ammattisanastosta jää jokin sana uupumaan.

Myymälähenkilökunnan välinen kommunikointi on helppoa, sillä henkilökunta työskentelee vierekkäisillä myyntitiskeillä, joita omassa myymälässäni on neljä. Mikäli muut työntekijät kaipaavat apua tai minä kaipaen heiltä apua, on apua helppo saada tiiviin työympäristön vuoksi. Lähtökohtaisesti keskustelu myymälähenkilökunnan kanssa käydään kasvotusten, mutta yleiset tiedotukset lähetetään myymälähenkilökunnalle suunnattuun ryhmään WhatsApp - viestipalvelun kautta. Lisäksi myymäläpäällikkö käy myyntineuvottelijoiden kanssa viikoittain läpi niin sanotun viikkobriiffin, jossa kerrotaan tulevan viikon tavoitteet sekä tietyt nostot, joihin myynnissä tulee keskittyä. Yleensä nämä nostot ovat jotain tiettyjä tuotteita

tai palveluita, joiden menekkiä halutaan kyseisellä viikolla edistää. Kuukausittain myymäläpäällikkö pitää myös myymäläpalaverin, jossa otetaan katsaus edelliskuukauden tuloksiin ja selvennetään tulevan kuukauden tavoitteet.

Eniten vuorovaikutusta työssä tapahtuu asiakkaiden kanssa. Asiakkaan saapuessa myymälään hänet tulee huomioda välittömästi, jotta asiakas kokee olonsa tervetulleeksi. Mikäli henkilökunta on varattuna, opastetaan asiakasta ottamaan vuoronumero ja nauttimaan kupillinen kahvia hänen odotellessaan vuoroansa. Itse asiakaskohtaamista käsitellään opinnäytetyön raportointiosuudessa laajasti. Asiakaskohtaamisen lopuksi on tärkeää kommunikoida asiakkaalle, kuinka tulee toimia hänen myymälästään poistumisen jälkeen, mikäli asiakas on ostanut jonkin tuotteen tai palvelun liikkeestä, jotta palvelukokonaisuus tuntuisi mutkattomalta.

Myyntineuvottelijana työskennellessä on syytä muistaa, että hän edustaa työnantajaansa. Asiallinen käytös on perusedellytys työn tekemiselle, joskin kommunikoinnissa saa ja pitääkin olla oma itsensä. Avaintekijänä kommunikoinnissa on tilanteeseen mukautuminen. Jos asiakas on hyväntuulinen ja keskustelee avoimesti kaikesta yleisellä tasolla, voi näin myös tehdä itse. Mikäli asiakas on juro ja hiljainen, niin sellaisessa tilanteessa ei useimmiten ole kannattavaa jaaritella ylimääräisiä, vaan pysyä asiassa ja hoitaa asiakaskohtaaminen jämäkällä otteella.

Haastavimpia tilanteita työssä ovat tilanteet, jossa myyntineuvottelijan ja asiakkaan kommunikointi on lähes mahdotonta. Näitä tilanteita ovat sellaiset, joissa myyjän ja asiakkaan välille ei löydy yhteistä kieltä sekä sellaiset, jossa asiakas on syystä tai toisesta todella tuohtunut, eikä tilannetta saa rauhoitettua. Monesti kielimuurista selviää elekielellä yli ja tarvittaessa näiden kohdalla voidaan turvautua myös tietokoneen kautta löytyviin kielenkäännöspalveluihin. Toisessa mainituista tilanteista ratkaisuna on pysyä itse rauhallisena ja pyrkiä omilla toimillaan saada asiakas keskustelemaan tuohtumuksen syyt auki. Tämän jälkeen asiakkaalle voidaan selventää syyt tilanteelle. Mikäli asiakas ei rauhoitu ja käytös yltyy epäasialliseksi, voi häntä pyytää poistumaan myymälästä. Myyntineuvottelijalla on loppujen lopuksi oikeus päättää, ketä hän palvelee. Tietysti palvelusta kieltäytymiseen täytyy löytyä pätevä syy ja epäasiallinen käytös on yksi näistä syistä.

3 PÄIVÄKIRJARAPORTOINTI

3.1 Seurantaviikko 1

Ensimmäinen seurantaviikko alkoi töiden osalta uusien haasteiden edessä. Siirryin suuren asiakasvirran myymälästä hiljaisempaan myymälään. Erot myymälöiden välillä korostuvat etenkin näin helmikuussa, joka on jo lähtökohtaisesti vuoden hiljaisimpia aikoja myynnillisesti. Rauhallisempi asiakasvirta palvelee paremmin omaa myyntityyliäni, joten odotukseni ovat korkealla myyntitulosten kasvattamisen suhteen.

Jokainen myymälä toimii hieman eri toimintatavoilla, joten ensimmäiset päivät menivät pitkälti niihin totutella. Oloni oli aika ajoin kuin täysin uudella työntekijällä ja olin vielä ajatusmaailmaltani edellisen myymälän toimintakulttuurissa. Siirtyminen vanhasta kulttuurista uuteen oli vielä työn alla, ja huomasinkin usein käyttäväni termejä ”meillä” ja ”teillä”, joka kertoo siirtymävaiheen olevan meneillään (Wan 2018). Uuteen myymälään totuttelu heijastui hieman myyntityöskentelyyni, sillä normaalisti tiedostan hyvin varastotilanteen ja osaan antaa vastaukset heti asiakkaalle esimerkiksi siitä, onko jotakin tiettyä laitetta hyllyssä. Mielestäni pikainen vastaus edesauttaa luomaan luottamusta myyjän ja asiakkaan välillä, joka puolestaan helpottaa kaupantekoa. Epävarmuus näkyi laitteiden tarjoamisessa, mutta löysin nopeasti keinot paikata tämän ongelman muuttamalla toimintatapaa ja lauserakennetta kaupan päätöksessä. Muutoksen toteutin niin, että ennen kaupanpäättöstä ilmoitin asiakkaalle tarkistavani vielä hyllystä, että tavaraa on varmasti jäljellä. Viikon edetessä huomasin tämän jääneen pysyväksi toimintatavaksi. Tällä saan vältettyä jatkossakin epämiellyttävät tilanteet, joissa kaupat on jo sovittu tuotteesta, mutta sitä ei olekaan tarjolla heti annettavaksi mukaan.

Asiakaskunnassa on suuria eroja, jos vertailen edellistä myymälää nykyiseen. Edellisen sijainti ydinkeskustassa oli omiaan vaikuttamaan siihen, että liikkeessä asioi huomattavan paljon ikäihmisiä. Sen myötä myös asiakaspalvelua oli selvästi enemmän kuin muissa Lahden myymälöissä. Nykyisen liikkeen asiakaskunta on pääosin selvästi nuorempaa ja lapsiperheitä on huomattavasti enemmän. Asiakkaiden matalampi keski-ikä näkyy myös myyjien myyntityylissä siten, että lähestymistapa on selvästi rennompi ja koko kohtaaminen on pilke silmäkulmassa toteutettu lähes jokaisella myymälän työntekijällä. Pyrin itsekin pääsemään tähän mukaan, sillä mielestäni satunnainen vitsailu ja ehkä jopa odottamattomat kommentit rentouttavat myyntitilannetta. Tätä hyödyntämällä odotan saavani myyntituloksiani parannettua jokaisella osa-alueella ja koen, että voin olla enemmän oma itseni myyntineuvottelijan roolissa.

Ensimmäisen viikon aikana sain huomata, että tässä myymälässä myydään selvästi enemmän niin sanottuja premium-laitteita eli eri valmistajien lippulaivamalleja. Tämä vaikuttaa positiivisesti omaan palkkapussiini, sillä niissä on yleisesti ottaen hyvät provisiot ja laitevalmistajat ovat asettaneet niihin ”ekstrabuustit” eli lisäpalkkion kyseisen puhelinmallin myynnistä. Mitä korkeamman hintaluokan laite, niin sitä korkeampi lisäpalkkio siinä on. Liittymä- ja lisäpalvelumyynnin osalta oma vahvuuteni on ollut alusta asti niissä tilanteissa, kun asiakas ostaa meiltä jonkin laitteen. Kun asiakas on tullut myymälään tarkoituksenaan ostaa jotain, on minulle helpompaa saada hänelle myytyä muutakin kuin pelkästään kyseisen tuote tai palvelu. Esimerkiksi eräs asiakas tuli ostamaan keskihintaista Android-pohjaista puhelinta ja kartoitettuani huolellisesti hänen puhelimen käyttötottumuksensa, niin päädyin tarjoamaan hänelle Honor 20-laitteen. Asiakas halusi laitteen maksuajalla ja sitä tehdessäni nostin esiin hänen muut palvelunsa. Kävi ilmi, ettei asiakkaalla ollut ennestään palveluita meidän kauttamme, joten tarjosin hänelle puhelinliittymää ja nettiyhteyttä perustuen hänen käyttötarpeisiinsa. Perustelin siirron meille siten, että asiakas saa sen myötä kaikki palvelunsa yhdelle laskulle ja voi jatkossa hoitaa kaikki operaattoriin liittyvät asiansa meillä. Hintansa puolesta meidän tarjouksemme oli suunnilleen sama kuin kilpailijalla, mutta asiakas tarttui tarjoukseen juuri sen vuoksi, että kaikki hoituisi jatkossa samalla laskulla ja yhdestä paikkaa. Lopuksi asiakas otti laitteeseensa vielä laiteturvan, joka kattaa kaikki laitteeseen itseaiheutetut viat. Kokonaisuutena asiakaskohtaaminen oli hyvinkin onnistunut ja henkilö oli erittäin tyytyväinen poistuessaan myymälästä.

Ensimmäisen seurantaviikon myyntitulokset olivat seuraavat: 5 puheliittymää, 5 nettiliittymää, 1 viihdelaitte sekä 1 turvapaketti. Viikon tulos ei ollut kovinkaan hyvä omasta mielestäni. Käytin suhteellisen paljon aikaa uuteen toimintaympäristöön totuttautuessa ja tutustuessani erilaisiin toimintatapoihin. Koin, että sain hieman omaksuttua muiden käyttämää rennompaa lähestymistapaa asiakkaisiin. Sain myös kerättyä tarpeeksi tietoa myymälästä, sen arkirutiineista, tuotteiden saatavuudesta ja toimintatavoista, jotta voin toimia hyvällä itsevarmuudella tästä eteenpäin.

3.2 Seurantaviikko 2

Toinen seurantaviikko alkoi melko rauhallisissa merkeissä. Asiakasvirta ei ole kovin suurta, mutta kuitenkin riittävästi, jotta töissä ei pääse pitkästymään ja tekemistä riittää. Viikon edetessä tuli haasteita työvoiman kanssa, kun myymäläpäällikkö sairastui ja sen lisäksi toisen työntekijän lapsi oli sairaana, jonka vuoksi hän jäi kotiin hoitamaan lastaan. Vajaamiehityksellä työkuorma kasautui muutaman ihmisen niskaan ja työn ohessa ei ehtinyt juurikaan hengähtää taukojen muodossa. Kaikilla myymälässä oli mentaliteettina se, että ruokatauon lisäksi oli turha haaveilla kahvitauoista. Vajaamiehityksellä toimiessamme

huomasin itsestäni, että stressasin kasautuvaa jonoa myymälässä ja pyrin hoitamaan asiakkaiden asiat normaalia nopeammin. Tästä tavasta minun pitäisi päästä eroon, koska palvelua nopeuttamalla välistä jää pakostikin jotain pois, kuten joitain kartoituskysymyksiä, joilla myyntiä saisi paremmin. Osassa työnantajan järjestämissä myyntivalmennuksissakin on painotettu, että jonoa ei saisi purkaa, vaan asiakkaita tulisi palvella samalla tavalla kuin muutoinkin. Aion jatkossa kiinnittää tähän enemmän huomiota, jotta myyntitulokseni eivät kärsisi ruuhkaisen myymälän vuoksi.

Olen alkanut tällä viikolla sisäistää hyvin aiemmin mainitsemaani rennompaa lähestymistyyliä asiakkaiden kanssa. Tämä näkyy työssäni siten, että asiakaskohtaamisista tulee yleisesti ottaen mukavampia kokemuksia sekä myyjälle että asiakkaalle ja asiakas luottaa helpommin minuun ja suosituksiini esimerkiksi laitteiden osalta. Olen huomannut luottamuksen lisääntymisen myös siitä, että samoja asioita ei tarvitse enää toistaa useampaan kertaan, vaan asiakkaat luottavat sanaani jo ensimmäisellä kerralla. Tietenkään tätä ei tapahdu kaikkien kanssa, mutta yleiskuvassa luottamus myyjän ja asiakkaan välillä on ollut selvästi kasvussa. Tilanteeseen vaikuttaa myös se, että myyjän roolissa minun on luontevampi puhua asiakkaille, sillä olen vapaa-ajallakin vitsailevaa sorttia. Rennon asiakaskohtaamisen osalta minulla on vielä paljon kehitettävää enkä välttämättä uskalla aina antaa itsestäni kaikkea, sillä huolehdin paljon asiakastyytyväisyydestä enkä halua sanoa mitään, minkä asiakas voisi tulkita negatiivisena kommenttina.

Aiemmassa myymälässä minulla oli tapana ottaa paljon vastuuta myymälän rutiineista ja siitä, että kaikki hoituu varmasti ajallaan. Työympäristön vaihtuessa toivoin, etten tekisi tätä niin paljoa. Kävin tästä useita keskusteluja edellisen esimieheni kanssa ja hän oli sitä mieltä, että vaikka onkin hyvä, että huolehdin näistä asioista, niin molempien mielestä kannan turhankin paljon huolta siitä ja myynnillinen fokus ei ole niin vahvasti läsnä. Huomasin kuitenkin tekeväni tätä jälleen, kun myymäläpäällikkö uudessa myymälässä sairastui. Meillä on vastikään aloittanut uusi työntekijä ja oppimiskaari on todella suuri alussa, kun on monta järjestelmää käytössä ja lukemattomia tuotteita, joista asiakkaat odottavat meidän tietävän kaiken. Edellä mainituista syistä uuden työntekijämme työtahti ei ole kovinkaan ripeää, sillä hän joutuu kyselemään ja varmistelemaan paljon asioita niin järjestelmistä kuin tuotteistakin. Olin monesti tilanteessa, jossa hoidin oman asiakkaani asioita ja samanaikaisesti autoin uutta kaveria paljon ja näiden lisäksi aina, kun myymälässä ei ollut asiakkaita, hoidin myymälärutiineja. Tuntui, että viretilani oli hyvä, mutta todellisuudessa kävin ylikierroksilla ja aina kotiin päästessä olin uuvuksissa.

Myyntityö myymälässä ei ole fyysisesti raskasta, mutta henkinen puoli on tasaisin väliajoin koetuksella. Jotta työssä voi menestyä, tulisi myyjän seurata omaa henkistä jaksamistaan

ja tunnistaa psyykkisen kuormituksen aiheuttavia tekijöitä. Myynnin ja Markkinoinnin Ammattilaiset MMA:n mukaan haitallisia kuormittavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi jatkuva valppaana olo, liiallinen tietomäärä, toistuvat vaikeat vuorovaikutustilanteet sekä liiallinen tai liian vähäinen työmäärä (Myynnin & markkinoinnin ammattilaiset MMA 2020).

Myyjän tulee tunnistaa työssään edellä mainitut tekijät ja oppia tasapainottamaan kuormitusta omalla toiminnallaan. Mikäli henkinen kuormitus on liian kova, niin se heijastuu myös asiakkaille ja myynnin tekeminen vaikeutuu sekä asiakastytyvyisyys laskee.

Tämän viikon myyntitulokset olivat 7 puheliliittymää, 5 nettiliittymää, 2 viihdelaitetta ja 3 turvapakettia. Viikon tulos oli aavistuksen parempi kuin edellisviikolla, mutta en ole vielä tyytyväinen suoritukseen. Annan itselleni kuitenkin hieman anteeksi, sillä autoin viikon mittaan todella paljon uutta työntekijäämme ja neuvoin hänelle eri järjestelmiä, annoin myyntivinkkejä ja kerroin tuotteista. Parannettavaa jäi kuitenkin ruuhkatilanteiden hoidossa ja kokonaisvaltaisessa kartoittamisessa. Nämä kaksi linkittyvät yhteen, sillä kartoituskysymykset jäivät niin sanotusti pakollisiin kysymyksiin esimerkiksi laitekaupan syntymiseksi, jotta saisin asian hoidettua nopeasti.

3.3 Seurantaviikko 3

Kolmas seurantaviikko alkoi samaisissa merkeissä kuin edellisviikko loppui. Vajaamiehitys jatkuu vielä tämän viikon ajan, sillä myymäläpäällikkö on viikon loppuun asti sairauslomalla. Tällä viikolla tarkoitukseni on stressata vähemmän ruuhkatilanteista, tehdä myymälärutiinien osalta vain oma osuuteni ja keskittyä tekemään myyntiä ja havainnollistaa kehityskohtia. Myymälärutiinien osalta huomaan kipuilua olla tekemättä ylimääristä, sillä minua alkaa helposti häiritsemään, jos jokin olennainen asia ei hoidu hetimiten. Asennoiduin kuitenkin viikkoon oikein ja olen onnistunut keskittymään omaan työhöni. Rutiinien osalta olen tehnyt vain oman osuuteni ja mikäli jokin kiireinen asia on jäänyt hoitamatta, niin olen luottanut siihen, että kollegat hoitavat asiat. Jos jotkin asiat jäivät silti puolitiehen, niin mainitsin asiasta ja joku otti asian hoitaakseen. Luin Työterveyslaitoksen laatiman jutun töiden priorisoinnista ja siellä erityisesti yksi osuus kiinnitti huomioni. Jutussa kerrottiin työtehtävästä luopumisen voivan olla haastavaa sen vuoksi, ettei pääse olemaan vaikuttavana tekijänä kyseisessä tehtävässä. (Sarkkinen 2016.)

Minulla kuluu paljon aikaa uuden myyntineuvottelijan opastamiseen myymäläpäällikön poissa ollessa, sillä hän on ottanut tavakseen kysyä minulta apua kohdatessaan ongelmia. Autan mielelläni, mutta samaan aikaan tiedän, että se on omasta myyntiajastani pois ja osa asiakkaista menee minulta ohi suun. Opastaessani pyrin samalla avaamaan syitä, miksi tietyt asiat tehdään tietyllä tavalla, jotta ne jäisivät paremmin mieleen. Sama metodi

pätee myös järjestelmien opastamisen osalta, sillä niissä yritän antaa muistisääntöjä, jotta uusi työntekijä muistaisi helpommin, mitä tuotetta tai palvelua myydään mistäkin järjestelmästä ja mitä meillä on oikeus tehdä. Osasyys siihen, että minun puoleeni käännytään usein, on se, että olen kerryttänyt tietotaitoani keskiperttoa enemmän ja esimerkiksi vanhassa myymälässä tätä tapahtui monesti, sillä he luottivat minun osaavan kertoa vastauksen kyseiseen ongelmaan. Kuvittelin pitkään, että tätä ei huomioida ylempältä taholta, mutta siirtoni yhteydessä sekä aluepäällikköni sekä myyntivalmentajani korostivat erikseen huomioineensa hyvän tietotaitoni sekä aktiivisuuteni myymälän askareissa. Tämä oli minulle todella positiivinen yllätys, koska en osannut odottaa kenenkään kiinnittäneen tähän erityisemmin huomiota.

Muutaman viikon aikana olen huomannut, että uudessa myymälässäni asiakaskunta on vastaanottavaisempaa myynnin suhteen kuin aiemmissa sijainneissa. En osaa sanoa tähän yhtä ainoaa järkevää syytä, mutta veikkaisin rennon työilmapiirin ja matalamman keski-ikäisen vaikuttavan tähän runsain määrin. Mitä nuorempi asiakas on, sitä todennäköisemmin hän on teknologiasta perillä eikä turhaudu, jos myyntipuheeseen lipsahtaa teknisempääkin sanastoa. Operaattorilla työskentely vaatii erityisen paljon myyntipuheiden yksinkertaistamista ja tässä olen mielestäni hyvä, mutta ihan kaikkea ei voi selittää selkeällä suomen kielellä. Esimerkiksi nettiyhteyksistä puhuttaessa netin nopeudet aiheuttavat päänsäryn, sillä niiden mittarina toimivat megabitit. Monesti tähän liittyen kysytään, että mitä tuo tarkoittaa ja pyrin siinä tilanteessa kuvailemaan eri nopeuksien toimivuuksia mielikuvien kautta. Esimerkiksi tällä viikolla asiakas tarvitsi nettiyhteyden tablettiinsa muttei ymmärtänyt termistöä. Selvensin asiakkaalle, että 10M maksiminopeudella varustettu netti riittää sähköpostien selaamiseen ja lehden lukuun, mutta liikkuvaa kuvaa, kuten videoita tai elokuvia varten suosittelin nopeampaa yhteyttä. Tämä selkeyttää asiakkaalle nopeuseroja ilman, että hänen tarvitsee konkreettisesti ymmärtää termistöä.

Viikon päätteeksi myynnit olivat 7 puheliliittymää, 7 nettiliittymää, 1 viihdelaitte sekä 3 turvakettia. Tämä viikko oli mielestäni onnistunut, sillä vaikka myymälässä oli vajaamiehityksen vuoksi kiirettä, niin onnistuin pitämään fokuksen myynnissä. Asiakasvirta pysyi maltillisena siitäkin huolimatta, että tällä viikolla oli tarjouksia lukuisista tuotteista. Teemana oli Turuskatut hinnat, joita markkinoitiin laajalti useissa eri kanavissa. Nettisivuilla meiltä löytyi kootusti tarjoustuotteita. Teemaan kuului kalaverkkoja, aaltoja ja tietysti turskaa. Markkinoinnin lähettämällä markkinointimateriaaleilla myymälä sai teemaan sopivan ilmeen ja moni tulikin niiden perusteella myymälään tarkastelemaan tarjouksia. Vaikka liittymämyynnissä jäi parantamisen varaa, niin laitekauppa sujui loistavasti ja myin viikon aikana suuren määrän sekä puhelimia että tabletteja.

3.4 Seurantaviikko 4

Tälle seurantaviikolle päätin ottaa kehityskohteeksi laitemyynnin ja siihen kuuluvat oheistuotteet, kuten laiteturvan ja turvapaketin. Olen omasta mielestäni hyvä myymään laitteita, enkä tämän vuoksi ole juurikaan panostanut tämän osa-alueen kehittämiseen vähään aikaan. Nyt haastan itseäni ja kokeilen jotakin uutta laitemyynnissä, joka vauhdittaisi kaupankäyntiä entisestään. Tämä valikoitui myös osittain siitä syystä, että tässä liikkeessä keskihintaiset- sekä lippulaivamallit käyvät tiuhaan kaupaksi. Nyt on oiva tilaisuus kasvattaa palkkapussia, sillä laitteista saa hyvin provisiota. Lisäpalvelut tuovat vielä lisää provisiota, joten laitemyynnin kautta saa helposti sievoisen määrän lisäprovisiota.

Päädyin kokeilemaan myyntiä mielikuvien kautta, jotta saan ylösmyytyä keskihintaisia laitteita lippulaivamalleihin. Eräässä asiakaskohtaamisessa asiakas oli käyttänyt jo pitkään keskihintaisia puhelimia ja kartoitettuani hänen puhelimen käyttötottumuksensa kävi ilmi, että hän on ahkera ottamaan kuvia ja videoita laitteella. Asiakas oli aikeissa jatkaa Samsungin puhelimella, sillä hän oli käyttänyt kyseisen valmistajan laitteita jo useamman vuoden ja pitänyt niistä. Esittelin ensin asiakkaalle vaihtoehdon noin 400 euron hintaluokasta. Asiakas olisi tyytynyt jo tuohon laitteeseen, mutta lähdin rohkeasti myymään hänelle Samsungin lippulaivamallia, joka sattui olemaan vielä sadan euron alennuksessa. Asiakas kertoi ottavansa kuvia eritoten perheen lapsista ja koirasta. Näillä tiedoilla lähdin maalamaan asiakkaalle mielikuvaa siitä, kuinka paljon laadukkaampia otoksia lippulaivamallilla voi ottaa ja kuinka niitä on sitten myöhemmin mukava katsella, kun kuvanlaatu kestää päivänvaloa vuosienkin päästä. Lisäksi videon ottamisen puolelta nostin esiin tilanteen, jossa asiakas yrittää pysyä perheen pienimpien mukana ottaen samalla videokuvaa. Asiakas tunnisti tilanteen omasta arjestaan ja esiteltyäni hänelle parempaa kuvanvakausta, oli hän valmis maksamaan muutaman satasen ylimääräistä paremmasta laitteesta. Asiakas koki kaupat onnistuneeksi ja hänen tarpeisiinsa sopiviksi, vaikkei kyseinen laite ollut alun perin hänen harkinnassaan.

Mielikuvat ovat jatkuvasti läsnä myyjän arjessa, vaikka sitä ei aina tulekaan mietittyä. Monesti olen ollut tilanteessa, jossa asiakas kertoo saaneensa vuosia sitten huonoa palvelua meiltä ja tämän takia ei haluaisi siirtää palveluitaan takaisin meille. En ole aiemmin tullut ajatelleeksi, että kyse on tilanteen jättämästä mielikuvasta, joka on kantautunut vuosia eteenpäin. Mielikuvaa kohentamalla asiakas on vastaanottavaisempi, jolloin myyntiä voidaan taas toteuttaa.

Luin artikkelin mielikuvien voimasta, jossa peräänkuulutettiin myyjän kykyä havaita ja ymmärtää asiakkaan tunnetilaa ja pyrkiä saada tilanne rauhoittumaan sosiaalisten kykyjen ja reaktiivisen kuuntelun avulla, jotta asiakkaan tunnetila normalisoituu (Hannukainen 2019).

Usein tällaisia tilanteita on edeltänyt jokin asia, joka on aiheuttanut asiakkaalle mielikuvan siitä, että hän on kokenut vääryyttä. Usein omassa työssäni kyseessä on asiakkaan saama lasku, jossa häneltä on laskutettu aiheuttomasti ylimääristä. Tilanne täytyy ensin saada rauhoittumaan ja vasta sen jälkeen selvittää laskun sisältö, jotta asiakaskohtaaminen voi olla onnistunut.

Lähestyin laitemyyntiä toisella itselle unohtuneella tavalla tällä viikolla. Kysyin aiempaa henkilökohtaisempia kysymyksiä kartoituksessa, kuten onko asiakkaalla mahdollisesti perhettä tai lemmikkejä. Mikäli asiakkaalla on perhettä, avaa se useita muitakin myynnin mahdollisuuksia, kuten turvapaketin myynnin ja mahdollistaa perheen muiden liittymien kartoituksen. Tietenkään kaikki eivät kerro mielellään vastausta henkilökohtaisempiin kysymyksiin, jolloin vaihdan kysymyksiä ja etenen yleisemmällä tasolla kartoittamisen suhteen. Henkilökohtaisemmat kysymykset tuottivat kuitenkin tulosta, sillä sain niiden ansiosta useamman laitteen ylösmyytyä parempaan malliin. Myin myös muutaman turvapaketin perustellen ne siten, että asiakas saa suojattua koko perheen laitteet ja perheen pienimmille pystyisi asettamaan käyttörajoituksia puhelimiin ja tabletteihin.

Tämän viikon saldoksi tuli 6 puheliittymää, 4 nettiliittymää, 1 viihdelaitte sekä 4 turvapakettia. Viikon tulos oli pienoinen pettymys liittymien osalta, sillä odotin tekeväni enemmän kuin tuon määrän. Viikko oli kaiken kaikkiaan melko hiljainen, mutta silti myynnin paikkoja meni ohitse. Laitemyynti oli kuitenkin hyvää tällä viikolla ja turvapakettien osalta pääsin tavoitteeseeni, joten tässä viikossa oli myös onnistumisia.

Koko kuukauden myyntilukemiksi tuli 25 puheliittymää, 21 nettiliittymää, 5 viihdelaitetta ja 10 turvapakettia. Puhe- ja nettiliittymien osalta jäin selvästi itselle asettamastani tavoitteesta, joka oli yhteensä 60 liittymää, mutta viihdelaitteiden ja turvapakettien osalta täytin tavoitteeni ja olin myymälän kärkisijoilla näissä kahdessa osa-alueessa. Kokonaisuutena kuukausi oli kelvollinen, mutta liittymämyynti kaipaa kohennusta.

3.5 Seurantaviikko 5

Viides seurantaviikko aloitetaan uudella kuukaudella. Edelliskuukauden tulokset jäivät maltillisiksi ja nyt onkin tarkoituksena lähteä parantamaan lukemia. Odotukset tältä kuukaudelta ovat korkealla, sillä nyt myymälän toimintamallit sekä muut olennaiset asiat ovat hallinnassa. Tämä tarkoittaa sitä, että voin keskittyä puhtaasti myyntiin ilman suurempia häiriötekijöitä. Tällä viikolla aion keskittyä puhtaasti liittymämyynnin parantamiseen.

Viikko alkoi mallikkaasti, kun onnistuin heti ensimmäisenä päivänä tekemään yhteensä neljä liittymää. Sain neuvoteltua asiakkaan ja hänen lapsensa liittymät siirtymään meille ja avasin samalla heille kodin netin uuteen osoitteeseen heidän juuri muutettuaan. Päivä

sujuu rauhallisissa tunnelmissa, eikä liikkeessä käynyt kuin ehkä noin kolmekymmentä asiakasta vuoroni aikana. Päivän neljännen liittymän sain soviteltua asiakkaalle, joka tuli ostamaan laitetta osamaksulla. Perustelin liittymää sillä, että sen laskutus olisi yhtenevä, eikä asiakkaan tarvitsisi maksaa moneen eri paikkaan laskuja. Tuohon asiakas ei kuitenkaan vielä tarttunut, joten annoin hänelle puhelimen suojakuoren sekä näytönsuojalasin puoleen hintaan. Tämän jälkeen hän suostui siirtämään puheliliittymänsä meille. Lisäksi sain neuvoteltua uuden laitteen matkaan laiteturvan veloitukselta kuukauden ajaksi, joten tämä asiakaskohtaaminen palveli hyvin sekä yritystä että asiakasta.

Liittymäkauppa sujuu toivotulla tasolla seuraavat pari päivää. Onneakin minulla oli matkassa, sillä useampikin liittymä viikon aikana oli niin sanottu ”haku”, eli asiakas pyysi suoraan tekemään hänelle liittymän ilman, että häntä tarvitsi millään tapaa suostutella. Valtaosa näistä oli nettiyhteyksiä kotiin, kun asiakas oli muuttanut ja uudessa osoitteessa oli meidän kanssamme tehty sopimus taloyhtiön etelästä. Taloyhtiön etelästä on se, että asukkaat maksavat vastikkeessa pienen summan operaattorille, ja vastikkeeksi siitä operaattori tarjoaa useimmissa tapauksissa asuntoihin kaapeli-TV saatavuuden sekä ilmaisen taloyhtiön etelästä. Ilmainen nettiyhteys on yleensä melko hidas ja riittää pieneen netinkäyttöön, mutta jo noin kymmenen euron kuukausimaksulla nopeuden saa moninkertaiseksi. Näiden sopimusten avulla kustannukset ovat keskimäärin puolet halvempia nettiyhteyksissä kuin ilman taloyhtiösopimusta. Lähes kaikki taloyhtiösopimuksen piiriin kuuluvat asiakkaat hyödyntävät nettitarjouksen, sillä kilpailijat eivät pysty kilpailemaan niiden hintojen kanssa.

Palauttelin tällä viikolla myös mieleen unohtunutta tapaa, jonka olen todennut toimivaksi laiteturvaa myydessä. Laiteturva on laitteen oston yhteydessä myytävä palvelu, joka tarjoaa edullisen korjaus- ja vaihtomahdollisuuden puhelimelle niitä tilanteita varten, joissa asiakas rikkoo puhelimen vahingossa itse. Jokaisen laiteostajan kohdalla esittelen kyseisen palvelun asiakkaalle näyttämällä siitä tietoa meidän nettisivujen kautta. Siellä palvelu esitellään muutaman asiakaskokemuksen siivittämänä hintoineen päivineen, jonka lisäksi sivulta löytyy toimintaohjeet laitteen rikkoutumisen varalle. Näin asiakas saa muistijäljen, mistä löytää tietoa, jos jotain käy. Tuota palvelua olen myynyt viime aikoina niin, että olen aloittanut myyntipuheen tarjoamalla palvelua kysymysmuodossa. Esimerkiksi vielä viikon ensimmäisenä päivänä kysyin asiakkailta, että haluaisivatko he kyseisen palvelun puhelimen turvaksi. Tällä metodilla palvelun ottavat omalla kohdallani noin kolmekymmentä prosenttia laiteostajista. Loppuviikolla aloin myymään palvelua siten, että kerroin asiakkaille tuon palvelun tulevan kuukauden ajaksi veloitukselta mukaan, jonka jälkeen he voivat halutessaan irtisanoa sen. Tälläkään tavalla kaikki eivät sitä ota, mutta ero on huomattava. Viikon loppuun mennessä laiteturvan myyntiprosenttini oli noussut kuuteenkymmeneen

prosenttiin, eli tuplasin palvelutuotteen myynnin muuttamalla lauserakenteen kysyvistä muodosta toteamukseen.

Tämän viikon myynnit olivat seuraavat: 8 puheliittymää, 11 nettiliittymää ja 2 turvapakettia. Aavistuksen verran jäi hampaankoloon, etten onnistunut saamaan liittymiä myytyä yhteenlaskettuna kahtakymmentä kappaletta, mutta olen tyytyväinen tämän viikon suoritukseen. Jos tulevat viikot jatkuvat yhtä hyvin, niin ylitän itselleni asettamani tavoitteen, joka on tälle kuukaudelle 65 liittymää.

3.6 Seurantaviikko 6

Kuudes seurantaviikko alkoi hyvin samankaltaisissa tunnelmissa kuin edellisviikko. Viikon kehityskohteen pidin samana, eli liittymämyyntiin keskittyminen ja kehittäminen. Heti ensimmäisenä päivänä tuli muutama onnistuminen liittymämyynnin saralla. Eräs asiakas tuli tiskilleni puhelimeen liittyvän ongelman vuoksi. Aikani taisteltuani asiakkaan laitteen kanssa sain kuin sainkin ongelman poistumaan. Jo alkuvaiheessa silmäni pisti se, että puhelimen yläkulmassa näkyi, että laitteessa on kilpailevan operaattorin liittymä. Kävi ilmi, että asiakkaalla on henkilökohtaiset palvelut jo meiltä, mutta hänen yrityksensä liittymät ovat toisella operaattorilla. Aikani kerrottuani meidän eduistamme ja tarjottuani palvelut hyvään hintaan, suostui asiakas lopulta siirtämään yrityksensä puhe- sekä nettiliittymän meille. Asiakas sanoi, että osaltaan hänen päätökseensä vaikutti hyvä asiakaspalvelu. Tällainen palaute piristi huomattavasti päivääni ja jaksoin tehdä loppupäivän töitä vielä tavallista energisemmällä ololla.

Oma tunnetila vaikuttaa todella paljon myyntityöhön, sillä olotila näkyy asiakkaille niin hyvässä kuin pahassa. Kun useampana päivänä tulee onnistumisia myynnissä, niin yleensä se nostattaa hyvää oloa, joka puolestaan kasvattaa myynnin mahdollisuutta. Näin syntyy positiivinen kierre. Yleisesti ottaen jo yksikin hyvä kauppa päivän alkuun on omiaan piristämään fiilistä koko päivän ajaksi. Tämä pätee myös toisinpäin, sillä välillä on sellaisia päiviä, kun asiakkaita riittää pilvin pimein, mutta jokaisella on laite- tai laskuongelmia tai he kysyvät yleisesti jotain. Kun myyntityö muuttuu pelkäksi asiakaspalveluksi ilman kaupan paikkaa, niin on vaikea motivoida itseään enää päivän lopulla. Jos sama jatkuu useita päiviä ja antaa itsensä lannistua, niin pahimmillaan muutamakin päivä voi romuttaa jopa koko kuukauden. Tämän vuoksi henkiset voimavarat ovat tärkeitä pitää kunnossa joka päivä, jotta voi nollata huonon päivän ja jatkaa seuraavana päivänä positiivisin mielin.

Tällä viikolla liikkeessä kävi asioimassa asiakas, joka oli hyvällä tavalla erikoinen tapaus. Kyseessä oli noin 35-vuotias mieshenkilö, joka tuli kysymään, löytyisikö meiltä latauspiuhaa hänen koiralleen. Asiakas selvästi huomasi hämmennyksen kasvoiltani, sillä hän

kiirehti tarkentamaan, että hänellä on koiran muotoinen kaiutin mökillä, johon hän tarvitsee johdon. Aiheesta innostuneena asiakas esitteli minulle koirakaiuttimen valmistajan nettisivut ja naureskelimme muotoilulle yhdessä. Kun löydettiin sopiva latauspiuha, niin siirryimme tiskille. Siinä mies käski minua ohimennen tekemään hänen yritykselleen yhden nettisopimuksen lisää, jotta hän saa nettiyhteyden mökilleen. Kun tiedustelin yrityksen nimeä, niin hän antoi useamman eri vaihtoehdon, josta valita. Päätettiin yhdessä, minkä yrityksen y-tunnukselle sopimuksen teemme ja kun tämä oli päätetty, niin asiakas korosti haluavansa nopeimman mahdollisen nettiyhteyden, maksoi mitä maksoi. Tein työtä käskettyä ja lopuksi ojensin hänelle SIM-kortin. Tässä vaiheessa asiakas halusi vielä makkulan, jolla nettiliittymää voidaan käyttää. Häntä ei kiinnostanut hinta tippaakaan, kunhan saa laitteen nopeasti matkaan. Hän myös korosti erikseen jopa hieman tuohtuneen oloisena, että maksaa laitteen kertamaksuna, koska hän ei todellakaan halua mitään osamaksuja.

Edellisessä kappaleessa mainitsemani asiakas oli kuin suoraan oppikirjaesimerkki DISA-analyysin punaisesta väriksi luokitellusta käyttäytymismallista. Erikson kuvailee punaista tyyppiä kirjassaan *Idiootit ympärilläni* muun muassa seuraavilla adjektiiveilla: tiukka, nopea, päättäväinen ja lujatahtoinen. Hän myös kertoo kirjassaan, että punaisella tyyppillä on aina kiire. (Erikson 2019, 32-34.) Teoksen luettuani tuo mainitsemani asiakas oli käyttäytymismalliltaan hämmästyttävän hyvin tunnistettava.

Tämä seurantaviikko oli tuloksellisesti katsottuna kelvollinen. Sain lopulta tehtyä 9 puheliittymää, 7 nettiliittymää, 2 viihdelaitetta ja 2 turvapakettia. Vauhti on toivomallani tasolla liittymämyynnissä, sillä kuukauden puolivälin kohdalla olen laskennallisesti tavoitetahtia edellä. Tämän viikon tekemiseen olen pääosin tyytyväinen. Tunnistin muutaman kaupan paikan, joista en saanut tehtyä kaupanpääöstä, mutta olisivat voineet onnistua aavistuksen paremmalla kartoituksella ja ripauksella röyhkeyttä kaupan päätöksessä.

3.7 Seurantaviikko 7

Seitsemäs seurantaviikko alkoi erikoisissa merkeissä. Alkuvuokasta tuli ohjeistus, että koronavirusepidemian vuoksi desinfioimme jokaisen esittelylaitteen sekä myymälän tasot vähintään kahden tunnin välein. Lisäksi aina, kun esittelemme demolaitteita, desinfioimme sen ennen laitteen ojentamista asiakkaalle. Tämä ratkaisu aiheutti henkilökunnan kesken jonkin verran kummeksuntaa siitä, miksi laitteita ylipäänsä pidetään esillä, jos tartuntariski niiden kautta on noin suuri. Muutaman päivän kuluttua ohjeistus muuttui ja kaikki esittelylaitteet otettiin pois esiltä ja siirrettiin takahuoneeseen. Mikäli asiakas halusi nähdä laitteen, niin myyjä kävi noutamassa sen takahuoneesta ja antoi asiakkaalle. Laitteiden esittelystä tuli kertaheitolla huomattavasti haastavampaa, sillä takahuoneessa emme voineet pitää esittelylaitteita latauksessa ja tämä johti siihen, että asiakas ei päässyt näkemään

puhelimesta muuta kuin koon ja ulkomuodon, sillä kaikista esittelylaitteista loppui virta. Mikäli asiakas välttämättä halusi nähdä, millaista on käyttää jotakin laitetta, niin asetimme kyseisen laitteen lataukseen ja ohjeistimme asiakasta odottamaan viidestä kymmeneen minuuttia, jotta laite saisi riittävästi virtaa käyttöä varten.

On sanomattakin selvää, että koronaviruksen vuoksi tulleet ohjeistukset joka paikkaan rajoittivat ihmisten liikkumista ja tämä näkyi vahvasti myös asiakasmäärän dramaattisena laskuna. Yhtäkkiä olimme tilanteessa, jossa myyjät istuvat tyhjän panttina tiskiensa äärellä, kun ei ole asiakkaita palveltavaksi. Tällaisessa tilanteessa syntyi positiivista sisäistä kilpailua asiakkaista. Asiakaskohtaamisista pyrittiin keskittymään entistä paremmin, jotta niistä saadaan kaikki hyöty irti. Tilanne vaatii totuttautumista ja ainakin omalla kohdallani vireystila töissä ollessani laski selvästi, koska töitä oli niin vähän.

Myyntitilanteet säilyivät ennallaan muilta osin, mutta huomasin nopeasti kokevani laitemyynnin haasteelliseksi, kun laitteita ei voinut enää yhtä helposti esitellä. Tässä vaiheessa käsitin, kuinka rutiininomaisesti olen laitekauppaa tehnyt pitkään. Nyt olin tilanteen edessä, jossa jouduin rikkomaan rutiineja ja astumaan epämukavuusalueelle. Kuinka myydä asiakkaalle laite, josta hänellä ei ole välttämättä minkäänlaista pohjatietoa? Ensiksi kiinnitin huomiota kartoittamiseen. Lähdin suosittelemaan laitevalmistajaa, josta joko asiakkaalla tai jollain hänen lähipiiristään oli hyviä kokemuksia. Tämän jälkeen kartoitin tarkemmin käyttötottumuksia, kuten ottaako asiakas paljon kuvia ja millaisissa tilanteissa, käyttääkö hän sosiaalista mediaa aktiivisesti laitteella, pelaako hän puhelimella ja muita vastaavia. Näiden kysymysten avulla sain rajattua vaihtoehtoja mielessäni muutama malliin laitteen kameran, tehojen ja näytön laadun perusteella. Kun muutama laite oli mielessäni, niin esittelin vaihtoehdot meidän nettisivujen kautta asiakkaalle, jotta hän tietäisi, millaisia kyseiset laitteet ovat. Mikäli asiakas ei osannut valita suosikkia näiden laitteiden kesken, niin annoin oman suositukseni, johon yleensä asiakas lopulta päätyi. Perusteluina käytin asiakkaan omia vastauksia, joita olin saanut kartoituksen yhteydessä. Osassa tapauksista kävin myös noutamassa esittelylaitteen takahuoneesta, sillä asiakasta saattoi esimerkiksi askarruttaa uuden laitteen koko suhteessa vanhaan laitteeseen.

Luin blogikirjoituksen, jossa käsiteltiin myyjän toimintaa poikkeustilanteessa. Siinä asiaa käsiteltiin sanomalla, että myyjän täytyy ymmärtää mitä hän tekee, koska sääntöihin luottamalla asiakaskohtaukset voivat edetä mallikkaasti valtaosan ajasta, mutta kyseinen myyjä ei voi koskaan päästä huipulle. (Luukkanen 2020.) Käsitin itse tekstin niin, että rutiininomaisesti toimiva myyjä voi olla hyvä työssään, mutta kehitys lakkaa ja hänestä ei voi ikinä tulla parasta lajissaan. Allekirjoitan tämän näkemyksen, sillä olen monesti syyllistynyt samaan virheeseen itse. Rutiinin pohjalta toimiminen on vähän kuin aidan ylittäminen

siitä, mistä se on matalin. Silloin ei tarvitse mennä epämurkavuusalueelle ja työ on melko laadukasta, mutta tasapaksua. Väittäisin, että niinä aikoina, kun olen toiminut puhtaasti rutiinipohjalta, en ole kehittynyt työssäni lainkaan. Vallitseva tilanne on omiaan muuttamaan toimintatapoja ja kehittymään myyjänä.

Ennen kuin tämä seurantaviikko alkoi, niin odotukseni olivat korkealla, mutta maailmalla vallitsevan tilanteen vuoksi ääni muuttui kellossa viikon mittaan ja työ tuntui loppuviikon osalta enemmänkin selviytymistäistelulta tylsistymistä vastaan. Tuloksena vähemmän mairittelevat 4 puheliittymää ja 6 nettiliittymää. Lisäpalveluita ei mennyt kovinkaan paljoa kaupaksi ja laitemyyntikin väheni huomattavasti aiempiin viikkoihin verraten. Jännityksellä odotan, millainen asiakasvirta ensi viikolla tulee olemaan.

3.8 Seurantaviikko 8

Viikon luonne kävi ilmi heti maanantaina. Kauppakeskus on hiljentynyt täysin, jos ei laskea hypermarketissa vessapaperia hamstraavia ihmisiä. Tunnelma oli suorastaan aavemainen, sillä päivä toisensa jälkeen myymälässä oli hiljaisempaa kuin koskaan aiemmin. Pahimmillaan tilanne on ollut se, että olemme kollegoideni kanssa olleet ainoat henkilöt myymälässä kaksi tuntia putkeen, kunnes asiakas on saapunut paikalle. Odotukset olivat tälle viikolle vähäiset ja viikon edetessä ne painuivat vieläkin alemmas. Tilanne harmittaa erityisesti sen vuoksi, että kuukausi alkoi hyvin lupaavasti, mutta toiveet isosta tilipussista voinee unohtaa jo tässä vaiheessa, ellei ihmettä tapahdu. Esimiehestäni huomaa myös, että ideat alkavat loppumaan myyjien kannustamisen suhteen. Kaikki tiedostavat tilanteen ja tietävät, että myyntiä ei tule olemaan paljoa tulevana viikkoina. Epidemian vuoksi myös ensi viikolle suunniteltu myyntivalmennus peruttiin kokonaan.

Myymälässä eivät askareet kuitenkaan lopu. Viime viikon lopulla pitkäaikainen yhteistyökumppanimme, joka järjesti meiltä ostettujen laitteiden takuuhuollon ja korjaukset, meni konkurssiin. Kyseessä oli pohjoismaiden suurin mobiililaitteiden huolto-yhtiö, joka toimi useassa eri maassa. Ilmoitus konkurssista tuli kaikille yllätyksenä ja aiheutti hyvinkin paljon päänvaivaa. Asiakkaiden huollossa olleet laitteet jäivät niille sijoille konkurssipesään ja laitevalmistajat yrittivät kuumeisesti keksiä seuraavaa yhteistyökumppania, joka hoitaisi valtuutetun takuuhuollon. Alkuvuokasta jouduimme ohjeistamaan asiakkaita olemaan suoraan laitevalmistajaan yhteydessä, sillä tällaisessa tilanteessa huollon järjestäminen jäi laitevalmistajan vastuulle. Asian perustelu oli ajoittain hankalaa, sillä osa asiakkaista oli hyvin vastahakoisia toimimaan kyseisen ohjeen mukaisesti. Onneksi saimme loppuviikosta valtaosalle laitteista yhteistyökumppanit, jotta pystyimme taas toimittamaan laitteita huoltoon myymälöiden kautta.

Aiemmin meillä oli vain yksi valtuutettu takuuhuolto, mutta konkurssin jälkeen yksi vaihtui kolmeksi. Osa laitteista lähtee jatkossa pääkaupunkiseudulle ja osa Tampereelle huollettavaksi. Myös huollon kirjauksiin tarkoitettuja järjestelmiä on jatkossa kolme, sillä jokainen takuuhuollon järjestäjä käyttää omia nettisivujaan. Näiden kanssa tulee menemään aikaa, ennen kuin oppii tuntemaan järjestelmät. Lisäksi kuljetus näille laitteille hankaloitui, koska jokaiselle huollolle on eri tavarantoimittajat ja eri paikat, joista kuljetukset tilataan.

Odottelimme vielä vastauksia siihen, kuinka niiden asiakkaiden kohdalla toimitaan, joiden laitteet jäivät konkurssipesään. Näkisin yhtenä mahdollisuutena sen, että asiakkaalle annetaan meidän toimestamme uusi laite myymälästä, jos huollettavana olleita laitteita ei saada takaisin. Lisäksi osa laitevalmistajista ei ole löytänyt vielä yhteistyökumppania, jonka kautta hoitaa laitteidensa takuuhuollot. Näihin tuli uutena ohjeistuksena väliaikaisesti se, että laite vaihdetaan suoraan myymälässä uuteen, kunnes valtuutettu huoltoyhtiö löytyy.

Positiivista tämän kaiken sotkun keskellä on se, että vähäisistä asiakkaista huolimatta nettiliittymiä ja yhteysnopeuksien nostoja on tullut mukava määrä asiakasmääriin suhteutettuna. Tämän osalta näkyy minun mielestäni selkeästi se, että etätyömäärät ovat kasvussa ja ihmisillä on entistä suurempaa kysyntää paremmille kodin nettiyhteyksille.

Näin hiljaisena aikana aion keskittyä palvelemaan jokaisen asiakkaan entistä kokonaisvaltaisemmin. Tämän saavuttaakseni aion pyrkiä saavuttamaan myyjän ja asiakkaan välisen luottamuksen entistä paremmin. Ylen julkaisemassa artikkelissa käsitellään myyjän ja asiakkaan välistä luottamusta tunneyhteyden muodossa. Artikkelissa korostetaan nonverbaalisen ja alitajunnan kautta tapahtuvan viestinnän tulkitsemista ja hyödyntämistä. (Lupari 2016.) Aion jatkossa kiinnittää enemmän huomiota kehonkieleeni ja etenkin äänenpainooni. Jos yritän saada asiakkaan innostumaan tuotteesta tai palvelusta, mutta äänessäni huokuu tylsistyneisyys, niin kyseisessä tilanteessa asiakas ei varmasti osta ajatusta tuotteen tai palvelun tarpeellisuudesta hänen käyttöönsä. Aion myös kiinnittää enemmän huomiota asiakkaan reaktioihin, jotta voin paremmin tulkita kiinnostusta esimerkiksi liittymäkaupoista. Tämän avulla toivon pääseväni asiakkaiden kanssa sellaiseen tilanteeseen, etten ehdota kaupanpäättöstä liian aikaisin, vaan osaan lukea tilannetta ja jatkaa kartoittamista ja löytää vastaväitteitä mahdolliseen kieltävään vastaukseen.

Seurantaviikon tuloksena oli 2 puheliittymää, 5 nettiliittymää ja 1 viihdelaitte. Tulos oli pitkälti odotettu, sillä asiakasmäärät olivat erittäin alhaiset. Työvoima on tällä hetkellä ylimitoitettua. Myymälän pyörittämiseen näillä asiakasmäärillä riittäisi kaksi myyjää päivää kohden, mutta tällä hetkellä meillä on kaikki neljä tiskiä käytössä joka päivä. Ensi viikon aikana aion keskittyä edellisessä kappaleessa mainitsemini asioihin.

3.9 Seurantaviikko 9

Tällä viikolla koronaviruksen seurauksena rajoitukset näkyvät yhä vahvemmin arjessa. Väki on vähentynyt entuudestaan ympäri kauppakeskusta, ja osa liikkeistä on sulkenut ovensa toistaiseksi. Etenkin ravintolat ja kahvilat ovat sulkeneet ovensa, mutta myös muutama vaateliike on laittanut lapun luukulle väliaikaisesti. Tämän vuoksi kauppakeskuksen kävijämäärät ovat mielestäni pudonneet vielä hieman entisestään. Oma veikkaukseni on, että on vain ajan kysymys, kunnes meidän myymälämme suljetaan väliaikaisesti, sillä kävijämäärät ovat niin mitättömät. Tästä viikosta eteenpäin teemme lyhennettyä työviikkoa. Jokainen sopii esimiehen kanssa, haluaako tehdä neljä kahdeksan tunnin työpäivää, vai viisi kuuden tunnin työpäivää. Ratkaisu on mielestäni hyvä, sillä täydellä miehityksellä toimiminen ei yksinkertaisesti toimi tällä hetkellä.

Kuu vaihtui ja edelliskuukauden saldoksi tuli viisikymmentäkaksi liittymää, kolme viihdelaitetta ja neljä turvapakettia. Kuun alussa oletin, että lukemat tulevat olemaan paljon korkeammat, sillä en osannut lainkaan ennakoida epidemian tulevia vaikutuksia. Tilanne määräyksineen ja rajoituksineen muuttuu jatkuvasti nopealla aikataululla, joten tulevan kuukauden osalta päätin olla määrittelemättä sen suurempia tavoitteita itselleni. Esimieheni on myös uuden tilanteen edessä, sillä hänkään ei osaa arvioida myymälän tämän kuukauden tavoitteita lainkaan ja pohtikin, että asettaako hän normaalit tavoitteet tietäen, että ne eivät toteudu. Toiseksi vaihtoehdoksi hän pohti realistisempia tavoitteita, mutta ne eivät puolestaan palvele yrityksen ajatusmallia.

Viime viikkojen aikana olen todennut itselleni suurimmaksi haasteeksi sen, kuinka käytän aikani myymälässä silloin, kun ei ole asiakkaita. Aiemmin olen siivonnut myymälää, järjestellyt hyllyjä ja huolehtinut paikoista yleisesti, mutta kaikki tarpeellinen ja tarpeeton alkaa olla tehtynä. Mietin ammatillisesti kehittävää ratkaisua vireystilan ylläpitoon ja keksin joka päivä valita tuotteen hyllystä, jota en tavallisesti myy ja kehitelin itselleni päivän mittaan myyntipuhetta kyseiselle tuotteelle. Sain myös kollegani innostumaan tästä ja kehitimme ideasta leikkimielisen myyntikisan. Se myyjä, joka sai myytyä useamman kappaleen tuotetta päivän aikana, voitti. Tällä tavoin molemmat meistä saivat pidettyä myynti-intoa yllä päivän mittaan ja emme tylsistyneet työkoneiden äärelle. Tämä oli mielestäni onnistunut kokeilu ja aion jatkaa tätä jatkossakin. Ajankäytön hallinnalla ei pyritä jatkuvaan kiireeseen, vaan itsensä aktiivisena pitämiseen siten, että välissä ehtii myös hengähtää ja rauhoittua (Nyyti Ry 2020).

Viikon loppupuolella minulla oli asiakaskohtaaminen, joka jäi mietityttämään. Asiakas tuli irtisanomaan nettiyhteyttään meiltä siksi, että hän oli jäänyt työttömäksi ja pyrki nyt säästämään rahaa. Nostin irtisanomisen ohessa puheeksi puheliittymän, joka ei ollut meidän

kauttamme ja sanoin, että voimme kilpailuttaa hinnan ja asiakas saisi tuostakin säästettyä rahaa. Hän ei kuitenkaan suostunut keskustelemaan aiheesta lainkaan, vaan totesi ainoastaan, ettei hänen ole tarvetta kilpailuttaa liittymäänsä. Yritin vielä saada asiakkaan puhumaan liittymästä, mutta en saanut millään vastausta. Asiakas oli kiireisen oloinen ja lähikin pikaisesti myymälästä sen jälkeen, kun olin saanut irtisanomisen tehtyä hänen nettisopimuksestaan. Jäin jälkikäteen miettimään, että mitä olisin voinut tehdä tilanteessa toisin. Konsultoin myös esimiestäni aiheesta ja mietimme yhdessä, että tilanteen rauhoittaminen olisi voinut olla tilanteessa paras ratkaisu. Emme kuitenkaan keksineet yksiselitteistä vastausta sille, miten tilanteen olisi saanut rauhoitettua. Mietin tilanteen rauhoittamisen lisäksi ratkaisuksi sitä, että olisin voinut osoittaa enemmän sympatiaa asiakasta kohtaan. Tämä olisi saattanut auttaa voittamaan asiakkaan luottamuksen ja saanut hänet keskustelemaan liittymän siirrosta.

Kuun vaihteessa nettituotteistuksemme muuttui täysin. Aiemmin nettiliittymissä oli niin sanottuja yhdistelmäpaketteja, eli päätuotteen lisäksi tilaukselle saattoi kuulua pienellä hinnalla mukaan esimerkiksi liikkuva laajakaista tai viihdelaite. Moneen tilaukseen kuului myös modeemi tai mokausta maksutta nettiliittymän tilaajalle. Nyt päätuotteet hinnoiteltiin uudelleen ja kaikki oheistuotteet poistuivat yhteissopimuksesta. Tästä eteenpäin liikkuvat laajakaista, laitteet ja viihdelaitteet tulee valita tilaukselle erikseen, eikä niitä saa enää maksutta. Myös liittymien vaihtosäännöt järjestelmien välillä muuttuivat. Muutos osui hyvään kohtaan, sillä hiljaisena aikana vaihtosäännöt, uudet hinnat ja sopimusmallit on helpompaa sisäistää. Palvelutuotteiden ulkoa opettelu on mielestäni tärkeää, sillä myyjä antaa itsestään luotettavamman kuvan antaessaan vastauksen yrityksen tuotteista ja palveluista välittömästi.

Viikon myynnit eivät olleet erityisen hyvät. Tuloksena 4 puheliittymää, 5 nettiliittymää, 1 viihdelaite ja 1 turvapaketti. Nämä vastasivat kuitenkin odotuksiani tältä viikolta. Ensimmäisestä viikosta odotan jotakuinkin saman kaltaista kuin tästä viikosta. Yritys on viestittänyt selvittävänsä korvaavien töiden mahdollisuutta, mikäli YT-neuvottelut joudutaan järjestämään ja henkilöstöä lomauttamaan koronaviruksen varalta tehtyjen rajoitustoimien vuoksi. Aiemmin peruttu myyntivalmennus järjestetään ensi viikolla etäkoulutuksena. Odotan innolla, millainen toteutus on ja mitä koulutuksesta jää matkaan. Applen koulutus puolestaan peruttiin tällä viikolla. Minun olisi tullut osallistua tuohon roolini puolesta. Toimin Apple Masterina myymälässämme, eli vastaan Applen tuotteiden esillepanosta, teen viikoittaisella tasolla koulutuksia heidän virtuaalisen koulutusportaalinsa kautta ja aika ajoin järjestän pienimuotoisia koulutuksia Applen tuotteista ja palveluista myymälän muulle henkilökunnalle. Apple Master – koulutusohjelman tarkoituksena on laajempaa jälleenmyyjien

tietämystä valikoitujen henkilöiden kautta, jonka myötä tarkoituksena on saada jälleenmyyjät kauppaamaan enemmän Applen tuotteita (Moak 2018).

3.10 Seurantaviikko 10

Kymmenes seurantaviikko alkoi myyntivalmennuksella. Valmennusta varten piti ilmoittaa yksi osa-alue, johon kokee kaipaavansa eniten tukea. Esimieheni kanssa päätimme valita minulle kehityskohteeksi kaupanpäättöksen. Myyntivalmennus järjestettiin etäyhteydellä Google Hangouts Meet-nimisen palvelun kautta. Ensimmäiset kolme tuntia valmennuksesta kului ulkopuolisen yrityksen myyntivalmentaja. Tämä osio oli todella ajatuksia herättävä. Tulkitsin tämän osion siten, että sen oli tarkoitus herätellä myyntineuvottelijoita oivaltamaan itse asioita, jotka jarruttavat kehitystä. Lisäksi valmennusosiossa korostettiin omien toimien pohtimista myös vapaa-ajalla ja kehoitettiin kiinnittämään huomiota elämäntapoihin. Olen aiemminkin ollut saman myyntivalmentajan valmennuksessa mukana ja kyseinen henkilö osaa olla todella innostava puhuja. Pidin tästä kaiken kaikkiaan.

Seuraavaksi oli vuorossa operaattorin omien myyntivalmentajien eli "koutsien" vuoro. Operaattorin toiminta-alueet on jaettu viiteen osaan Suomessa ja jokaisella alueella on oma myyntivalmentaja. Heidän lisäksi mukana oli valmennuspäällikkö, joka on siis myyntivalmentajien esimies. Valmentajien johdolla meidät myyntineuvottelijat jaettiin viiteen ryhmään ja jokaiselle ryhmälle annettiin osa-alue asiakaskohtaamisesta. Tehtävässä piti listata asioita, jotka takaavat parhaan asiakaskokemuksen asiakkaan asioidessa myymälässä. Parhaat vastaukset tulisivat päätymään koulutusmateriaaleihin tulevaisuudessa.

Viimeisenä osiona myyntivalmennuksessa siirryttiin kolmen henkilön pienryhmiin, joita veti yksi myyntivalmentaja. Pienryhmien jäsenillä oli kaikilla sama kehittämiskohde, eli minun tapauksessani kaupanpäättös. Ryhmämme myyntivalmentaja pyysi meitä nostamaan esille erilaisia tilanteita, joita on kokenut haasteellisiksi. Kun haaste nousi esiin, niin ryhmässä pohdimme erinäisiä ratkaisuja sen selättämiseksi tulevissa asiakaskohtaamisissa. Jokainen pääsi hyvin ääneen ja tästä sai hyviä oivalluksia mukaan tilanteisiin, joita ei ollut välttämättä aiemmin pitänyt edes haasteena itselleen.

Myyntivalmennuksen jälkeen ensimmäistä kertaa toteutettiin myös jälkiseurantaa, jotta asiat jäisivät paremmin mieleen. Saimme tehtäväksi täyttää kehityssuunnitelman, jonka on tarkoitus kantaa tämän vuoden loppuun saakka. Kehityssuunnitelmassa kysyttiin seuraavat asiat:

- Mitkä asiat auttavat minua kehityssuunnitelman edistämisessä?
- Miltä minun kaupanpäättös näyttää joulukuussa 2020?
- Mihin asioihin tavoitteeseen pääseminen vaikuttaa?

- Mitä haasteita kehityssuunnitelman toteuttamisessa voi ilmetä?
- Mitä asioita tekemällä pääsen tavoitteeseen?
- Mitä teen tavoitteen eteen ensimmäisen kuukauden aikana?

Kehityssuunnitelma käytiin läpi muutama päivä valmennuksen jälkeen myyntivalmentajan kanssa, joka veti pienryhmävalmennusta. Siinä analysoitiin vastauksia ja myyntivalmentaja haastoi minua tekemään kirjoittamiani asioita heti, kun seurantatilaisuus päättyy. Tällä tavoin varmistetaan sekä valmennuksen jatkuvuus kuin myös se, että myyntineuvottelija todella toteuttaisi laadittua kehityssuunnitelmaa. Tämän toimenpiteen lisäksi meille tullaan lähettämään tasaisin väliajoin sähköpostia, jossa kysytään kehityssuunnitelman etene- mistä ja itsearviointia sen toteuttamisesta. Idea on mielestäni hyvä, sillä usein valmennus- ten opit pysyvät myyntityössä mukana jonkin aikaa, mutta unohtuvat sen jälkeen.

Valmennus oli mielestäni kaikin puolin hyvä ja etätoteutus sopi minulle mainiosti. Sain kirjoitettua muistiinpanoja, ajatuksia ja oivalluksia ylös paljon enemmän kuin luokkahuone- koulutuksessa olisin kirjannut. Opit menivät myös hyvin perille, mutta nykytilanne huomi- oon ottaen aika voisi olla huomattavasti otollisempi täysimittaiseen kehitykseen päästäk- seen ja vaatii todella paljon itsensä haastamista. Myös epävarmuus tulevasta mietityttää ja rajoittaa osaltaan kehityssuunnitelman toteutusta. Olemme myymälän työntekijöiden kesken spekuloineet, että myymälä suljetaan hyvin suurella todennäköisyydellä väliaikai- sesti. Viikon lopussa tähän tuli myös hyvin vahva viittaus aluepäällikön toimesta, mutta varmaa tietoa ei vielä saatu. Päätös toimenpiteistä tulee ensi viikon alussa.

Kaikkien huulilla olevan koronatilanteen vuoksi operaattoreiden palvelut korostuvat enti- sestään. DNA toteutti kyselyn maaliskuun lopussa, jonka mukaan vallitseva tilanne on kasvattanut ihmisten uutisten seurantaan, viihteen kulutusta TV:n ja suoratoistopalveluiden välityksellä sekä sosiaalisen median käyttöä, viestittelyä ja puheluita (DNA Oyj 2020). Työmme onkin merkityksellistä tällaisena aikana, vaikkei siltä hiljaisessa myymälässä oleskelu tuntuisi. On tärkeää taata asiakkaille toimivat yhteydet ja mahdollisuus asioida myymälässä nopean laitetoimituksen ja ongelmanratkaisun puolesta. Moni ihminen vie- rastaa puhelimitse tai netin yli asiointia ja haluaakin hoitaa asiansa kasvotusten myös poikkeusaikana.

Viikon myyntitulokseksi jäi maltilliset 3 puheliittymää ja 6 nettiliittymää. Vaikka uusmyyntiä ei ollut paljoa, niin viikon aikana asiakkaat tulivat nostamaan jo olemassa olevien net- tiensä nopeuksia tavallista enemmän. Myyntivalmennus antoi lisäpuhtia myyntiin, mutta asiakasmäärät jatkuivat todella vaisuina. Kauppakeskuksesta on mennyt yhä useampi liike kiinni ja muutama auki oleva ketjuravintola myy ruokaa enää ainoastaan ulos. Tämä on omalta osaltaan vauhdittanut asiakaskatoa. Lisäksi kauppakeskuksen lähes kaikki

kaupat ovat siirtyneet poikkeusaukioloaikoihin, pois lukien ruokakauppa ja apteekit. Ensi viikosta en odota juurikaan tämän vauhdikkaampaa, mutta jännityksellä odotan päätöksiä myymälän kohtalosta.

3.11 Seurantaviikko 11

Viikon alkuun saimme yhteistoimintaneuvotteluiden päättymisen myötä varmistuksen siitä, että myymäläni tulee menemään kiinni alustavasti kesäkuun loppuun saakka. Onnekseni kaikille halukkaille löytyi korvaavaa työtä joko myymälästä tai asiakaspalvelusta. Minä siirryn ensi viikosta alkaen asiakaspalvelun puolelle, tarkalleen työskentelemään etätöiden muodossa chat-palveluun. Työni tulee olemaan rajattu ainoastaan verkkosivujemme chatin puolelle. Odotan innolla korvaavia töitä. On mukavaa päästä kokeilemaan yrityksen sisällä muutakin työtä ja nähdä, miten asiat hoidetaan siellä. Odotan saavani sitä kautta uutta perspektiiviä omaan työhöni ja toivon työn kehittävän minua sekä myyjänä että asiakaspalvelijana. Luulen, että työskentely chatissa tulee olemaan pohjimmiltaan samanlaista kuin myymälässä. Asiakas avaa chatin samasta syystä kuin tulee myymälään; asiakkaalla on jokin tarve, johon hän kaipaa apua tai ratkaisua. Tarve voi olla mitä tahansa, kuten ongelmia tuotteen tai palvelun kanssa tai esimerkiksi kysyä tarjousta palvelusta. Ainoa asia, mikä minua mietityttää on se, kuinka tuoda omaa persoonaansa esiin pelkästään kirjallisen yhteydenpidon avulla. Viestejä voi tulkita monin tavoin, kun ei ole mahdollista kuulla vastapuolen äänenpainoa tai nähdä elekieltä. Tuo tuottanee haasteita aluksi, mutta luulen sopeutuvani nopeasti virtuaaliseen ympäristöön.

Uutinen myymälän sulkeutumisesta johti siihen, että meidän tuli saada kaikki keskeneräinen työ valmiiksi myymälässä ja viikon päätteeksi tulisimme tekemään täyden inventaation, jossa tarkastamme kaikki tuotteet myymälästä. Osa tuotteista tulee siirtymään muihin myymälöihin, jotta ne eivät jää suljettuun liikkeeseen pölyttymään. Toimintatapamme tälle viikolle muuttui myös osittain, sillä emme esimerkiksi voineet ottaa asiakkaiden laitteita huoltoon lähetettäväksi lainkaan, vaan jouduimme ohjaamaan heidät toiseen myymälään. Pääosin viikko meni kuitenkin melko tavallisesti, eikä kukaan ollut asiasta mitenkään pahantuulinen. Olimme enemmänkin kaikki tyytyväisiä, sillä pääsisimme tämän viikon jälkeen tekemään töitä paikoissa, joissa oikeasti oli tekemistä ja mahdollisuus hyviin myynteihin.

Myymälässä viikko jatkui pitkälti yhtä hiljaisena kuin aiemmatkin viikot. Hiljaiset ajat alkoivat myös näkymään myymälän työilmapiirissä, sillä kukaan ei jaksanut olla enää tässä vaiheessa kovinkaan aktiivisena. Sovimme ohjaavamme asiakkaita järjestelmällisesti niin, että kaikki pääsisivät palvelemaan saman verran asiakaskuntaa. Tämä tehtiin siitä syystä, että tyhjässä myymälässä asiakkaat suuntaavat helposti ensimmäiselle vapaalle tiskille ja

peremmällä olevat myyntineuvottelijat olisivat lähes toimeettomina koko päivän. Viikon alkupuolella asiakkaakseni tuli lapsiperheen äiti, joka tarvitsi perheen lapsista nuorimmalle uuden puhelimen. Asiakas toivoi, että tuleva laite saisi maksaa enimmillään sataviihekymmentä euroa. Kartoitettuani asiakkaan palveluita kävi ilmi, että nuorimmaisella on prepaid-liittymä käytössä ja suunnitteli pitävänsä tämän ratkaisun. Kokeilin uutta lähestymistapaa myyntiin ja ehdotin asiakkaalle, että mikäli onnistun löytämään hänen tarpeisiinsa täydellisen vaihtoehdon, niin hän ottaisi nuorimmaiselleen laskutusliittymän meiltä. Asiakas hyväksyi tämän ratkaisun naureskellen ja minä tartuin tuumasta toimeen. Kun laitteita ei ollut esillä, niin käytin meidän nettisivujamme työkaluna löytääkseni asiakkaan tarpeisiin parhaan puhelimen. Rajasin laitteet hintarajauksen avulla näyttämään ainoastaan ne, joiden hinta oli tällä hetkellä 100 – 199 €. Sieltä poimin lapsen käyttötarpeisiin kaksi parasta laitetta ja lisäsin ne vierekkäin vertailtavaksi. Tämän avulla pääsimme asiakkaan kanssa yhdessä katsomaan erot ja esitin oman suositukseni. Asiakas hyväksyi esittämäni vaihtoehdon ilomielin ja saimme tehtyä lapselle samalla laskutusliittymän. Mielestäni tässä liittymäkaupan onnistumisessa eniten ratkaisi asiakaspalvelun laatu, sillä asiakas ei ollut liittymän hinnasta tietoinen sillä hetkellä, kun suostui ottamaan liittymän.

Meille on monesti sanottu, että työnkuvaamme olennaisesti kuuluvat asiakaspalvelu ja myynti kulkevat visusti käsi kädessä. Työnantaja mittaa asiakastyytyväisyyttä monin tavoin ja niistä on ilmennyt, että myynti on erittäin monesti nostanut asiakastyytyväisyyttä asiakaskohtaamisessa. Aiheeseen liittyen löysin blogikirjoituksen, jossa sivuttiin myyntiä asiakaspalvelussa ja kuinka monet yritykset kokevat, että asiakaspalvelun kuuluu palvella, ei myydä (Hyttinen 2014). Kyseisessä kirjoituksessa allekirjoitettiin sama asia kuin mitä työnantajamme on meille painottanut, eli myynti tosiaan voi nostaa asiakastyytyväisyyttä ja jopa ylittää asiakkaalla olleita odotuksia. Omalta osaltani olen täysin samaa mieltä ja mielestäni sellaiset yritykset, jotka kokevat asiakaspalvelun olevan pelkästään kysymyksiin vastaamista ja ongelmanratkontaa, ovat pudonneet tämän osalta kehityksen kyydistä. Myynti ei tarkoita sitä, että asiakkaalle tyrkytettäisiin jotakin, vaan tuotteita ja palveluita voidaan tarjota lisäratkaisuna asiakkaan tarpeisiin.

Viikon tuloksena oli 4 puheliittymää, 8 nettiliittymää ja 2 viihdelaitetta. Asiakasmäärään ja työtunteihin suhteutettuna tulos oli mielestäni hyvä. Tällä viikolla eniten ongelmia aiheutti toimeettomuuden tuoma vireystilan lasku ja myymälän asioiden hoitaminen siihen pisteeseen, että ovet voidaan sulkea seuraavaksi muutamaksi kuukaudeksi. Katse kääntyy kohti ensi viikkoa. En oikein osaa vielä hahmottaa, millaisella volyymilla chatin kautta saa myyttyä tuotteita. Olen asennoitunut siihen, että se on lähtökohtaisesti asiakaspalvelua ja myynnillinen puoli selviää sitten, kun on tehnyt työtä muutaman päivän ajan.

3.12 Seurantaviikko 12

Kahdestoista seurantaviikko alkoi osaltani hypyllä tuntemattomaan. YT-neuvottelut saatiin viime viikolla päätökseen ja myymälä, jossa työskentelen, suljettiin odotetusti kesäkuun loppuun saakka. Aloitin korvaavat työt työnantajan chat-palvelussa. Palvelen asiakkaita, jotka selaavat meidän nettisivujamme ja avaavat chat-ikkunan. Olin hieman pessimistisellä asenteella sen suhteen, että tämän kanavan kautta saisi myytyä juurikaan mitään, mutta luulot osoittautuivat vääriksi heti ensimmäisenä päivänä. Ensimmäisen päivän saldoksi jäi kaksi nettiliittymää sekä puhelin suojakuorineen. Kahden liittymän kauppa meni ohi suun, sillä juuri kun olin saanut sovittua asiakkaan kanssa liittymäkaupat ja olin aloittamassa tilauksen tekoa, niin hän putosi chat-palvelusta pois. Emme vielä tuona päivänä tiedäneet, että asiakkaita voi siirtää palveluneuvojalta toiselle, joten joku muu myyjä sai kaupat, jotka olin asiakkaan kanssa sopinut. Tämän lisäksi minulla oli vireillä toinenkin kahden liittymän kauppa, mutta kaupanteko kaatui siihen, että palvelut eivät olleet kyseisen henkilön nimissä toisella operaattorilla.

Käyttämämme järjestelmä on helppo eikä sen opetteluun mennyt juuri lainkaan aikaa. Kun asiakas avaa nettisivuillamme chat-ikkunan, niin hänet ohjataan suoraan jollekulle meistä palveluneuvojista. Keskusteluita ainakin näin aluksi on kerrallaan maksimissaan kaksi. Meille ehdotettiin, että haluaisimmeko ottaa käyttöön kolmannenkin keskustelun samanaikaisesti, mutta halusimme kollegoideni kanssa yksissä tuumin pitää nykyisen mallin, jotta ehdimme sisäistämään chatin toimintamallin ja tunnustelemaan lähestymistapaa asiakkaisiin. Työtä helpottaa huomattavasti se, että perustimme muiden korvaavan työn tekijöiden kanssa discord-kanavan, jossa voimme jakaa kokemuksia, tietoa, vinkkejä ja järjestelmätoimintoja toistemme kanssa. Discord on alusta, jonka kautta voi keskustella ryhmissä tai käydä keskustelua kahden kesken joko viesti- tai puhekeskusteluna maksutta (Discord Inc 2020). Tämä osoittautui erityisen hyväksi työkaluksi työn ohelle, sillä tuota kautta saatiin jaettua usein kysyttyihin kysymyksiin vastaus, jotta jokaisen ei tarvitse etsiä vastausta erikseen. Lisäksi tuota kautta sain tietooni aiemmin mainitsemani toiminnon, jolla asiakas voidaan siirtää henkilöltä toiselle. Tämä helpottaa myös apua henkiseen jaksamiseen työssä, kun pääsee puhumaan muiden samassa tilanteessa olevien kanssa.

Korvaava työ sai niin sanotusti räjähtävän lähdön, sillä operaattorilla alkoi samaan aikaan tarjouspäivät. Nämä viikon kestävät tarjouspäivät ovat usein todella myynnillistä aikaa ja oli odotettua, että chatissa on paljon asiakkaita. Etenkin nyt, kun maassa vallitsee koronaviruksen vuoksi poikkeustila ja ihmiset viettävät paljon aikaa kotona. Markkinointi painottui pitkälti sähköisiin kanaviin ja printtimediaan. Tällä kertaa ihmisiä ei pyritty saamaan myymälöihin, vaan mainonnan vinkeissä korostettiin etenkin nettisivujen kautta ostamista.

Tarjouksista tulikin paljon kyselyitä, joista ylivoimaisesti suosituimmiksi nousivat Rajaton 4G 10M-liittymä hintaan 18,90e/kk sekä Huawei P30 Pro, joka oli tarjoushintaan 499 €. Tällä viikolla alkoi myös uuden OnePlus 8-tuotesarjan myynti sekä toisen sukupolven iPhone SE, joten näistäkin tuli hyvin paljon kysymyksiä muun muassa myymäläsaatavuuden ja toimitusaikataulujen suhteen. Onnekseni olin tutustunut julkaistaviin laitteisiin jo etukäteen, sillä laitetietoutta tarvittiin tässäkin työnkuvassa todella paljon. Asiakkaat odottavat saavansa vastauksen nopeasti chatin kautta ja pyrin vastaamaan huutoon. Ilman tuotetuntemusta työntekijä ei osaa myöskään auttaa asiakkaita, kun asiakkaat törmäävät heitä askarruttaviin asioihin (Ciotti 2019).

Myymlämyynti ja chatin kautta myynti eroavat toisistaan huomattavasti. Viestien kautta tuntui ainakin alkupäivinä olevan hyvin vaikeaa tuoda omaa persoonaansa esille ja myyntipaikkojen löytäminen oli haasteellisempaa. Myymälässä pääsee kartoittamaan asiakkaan palveluita helposti ja melkein jokaisen asiakkaan kohdalla, kun taas chatissa vaatii työtä päästäkseen edes kysymään operaattoripalveluista mitään valtaosan ajasta. Verkon välityksellä myytäessä aggressiivisempi myyntityyli tuntuu olevan toimiva toimintamalli, sillä siellä ei ole aikaa jäädä jaarittelemaan. Asiakkaan on todella helppo lopettaa chat kuin seinään ja lähteä, kun keskustelu ei ole kasvokkain. Mielestäni tämän takia aggressiivisempi tarjoaminen on hyvä, sillä silloin asiakkaan ostoaiheet saadaan nopeasti ja tehokkaasti esiin.

Chatissa palveluneuvoja saa myynnin ainoastaan silloin, jos itse konkreettisesti tekee tuotetilauksen asiakkaalle. Esimerkiksi tuotteen valitsemisen auttamisesta et saa mitään, ellei itse tee tilausta. Tämä järjestely aiheutti hieman totuttelua sen tiimoilta, miten saada tehtyä kaupat chatin kautta, kun asiakas samaan aikaan selaa nettisivuja, joiden kautta hän voi tilata tuotteen myös itse. Monesti tarjouduin jo keskustelun alkuvaiheessa tekemään tilauksen asiakkaan puolesta sillä verukkeella, ettei hänen tarvitse nähdä lainkaan vaivaa saadakseen tuotteen tai palvelun itselleen.

Viikon saldoksi kertyi lopulta 9 liittymää, muutama liittymän päivitys parempaan eli upgrade, 2 viihdelaitetta ja 4 laitemyyntiä. Tulos on mielestäni kelvollinen, jos rinnastan sitä odotuksiini viikolta. Olen myös luottavaisin mielin sen suhteen, että seuraavalla viikolla tulee enemmän liittymämyyntiä nyt, kun on ehtinyt löytämään itselle sopivan myyntityylin. Ensi viikon tavoitteena on myös löytää oikea tasapaino kirjoitustyyliini, sillä nyt tasapainoilien kirjakielen ja puhekielen välimaastossa löytämättä järkevää ilmaisutapaa näiden väliltä.

3.13 Seurantaviikko 13

Viimeinen seurantaviikko alkoi positiivisissa merkeissä. Korvaavan työn teko on sujunut mielestäni hyvin, ja tähän liittyen sainkin kehuja niin aluepäälliköltäni kuin myös kehityspäälliköltämme. Koska olin hoitanut työni mallikkaasti, niin sain mahdollisuuden kasvattaa vastuuta. Aluepäällikkö tarjosi minulle lisätyönä chatin ohelle. Ensi viikosta alkaen alan soittamaan asiakkaille, jotka ovat jättäneet meille tilauspyynnön. Tarkoituksena on valita meidän tuotteistamme asiakasta parhaiten palveleva ratkaisu ja samalla pyrkiä saamaan lisämyyntiä muidenkin palveluiden kautta kuin sen, josta meille on tilauspyyntö jätetty. Olen innoissani tästä uudesta mahdollisuudesta ja palan halusta päästä näyttämään kyn-teni uusien haasteiden edessä. Soittoja tulee olemaan keskimäärin kymmenisen kappa-letta päivässä ja saan rytmittää soitot itse parhaaksi katsomallani tavalla chatin ohelle.

Tällä viikolla tuntui heti alusta asti, että chatin kautta myynti on selvästi paremmin hal-lussa. Suoraviivainen lähestymistapa tuntui toimivan erinomaisesti, sillä lähes joka kerta liittymän kilpailutusta ehdottaessani asiakas tähän suostui. Ilmaisin asian aina siten, että kun jo valmiiksi olemme päätyneet juttelemaan, niin voidaan samalla katsoa asiakkaalle hyvä liittymätarjous. Tuolla tavalla toimiessani liittymäkaupan tulos kasvoi edellisviikkoon nähden. Pidin kuitenkin visusti sen linjan, että hoidan ensin asiakkaan esittämään asiaan ratkaisun, jotta myynti ei tuntuisi väkinäiseltä asiakkaan silmin ja asiakaskohtaamisesta jäisi positiivinen mielikuva. Koen myös osaavani organisoida ajankäyttöäni aiempaa pa-remmin ja asiakaskohtaamiset etenevät nopeammin tämän vuoksi. Asiakkaalle tulisi ensi tilassa löytää ratkaisu ilman turhaa odottelua tai jutustelua, ja vasta ratkaisun tarjoamisen jälkeen pureutua mahdollisiin muihin palveluihin ja mahdolliseen myyntiin (Freshdesk 2020).

Maanantai oli selvästi kiireisempi päivä kuin muut. Kuten aina teema- ja tarjousviikkojen jälkeen, oli tälläkin kertaa asiakkaat sankoin joukoin kyselemässä, olisiko tiettyä laitetta saatavana vielä samaan hintaan kuin viime viikolla. Olen operaattorilla työskennellessäni todennut tämän toistuvaksi kaavaksi. Me emme kuitenkaan pääse myyjän roolissa itse määrittelemään laitteiden hintoja, joten jouduin toteamaan hinnan olleen voimassa ainoas-taan edellisviikon ajan. Suuren asiakasmäärän vuoksi maanantaina oli selvästi eniten puhdasta asiakaspalvelua, mutta tein myös viikon parhaan liittymätuloksen tuolta päivältä, eli viisi liittymää. Loppuviikko olikin huomattavasti rauhallisempi verrattuna edellisviikkoon. Monesti päivien aikana oli hetkiä, kun saattoi vierähtää puolikin tuntia ilman yhtäkään asiakaskontaktia. Luulen tämän johtuneen siitä, että meitä oli tavallista enemmän chatin puolella töissä kuin normaalisti. Tämän viikon jälkeen noin puolet korvaavia töitä tekevästä lähtee joko lomalle tai takaisin myymälään töihin, joten ensi viikolla on varmastikin

enemmän asiakkaita yhtä työntekijää kohden. Viikon kuluessa huomasin etenkin uusien laitteiden osalta puutteita laitteiden teknisissä tiedoissa meidän verkkosivuillamme ja mieleeni palautui loistava työkalu, jota olen aika ajoin käyttänyt myymälässä ollessani. GSMArenan verkkosivuilta löytyy todella kattavasti lähestulkoon kaikkien älylaitteiden tiedot ja käytin tätä useasti viikon kuluessa asiakkaiden tiedustellessa laitteiden ominaisuuksia (GSMArena.com 2020). Englannin kielen taitoni on hyvä, joten sivuston käyttäminen ei tuottanut tuolta osin ongelmia. Tuota kautta löytyy usein myös vasta julkaistavien laitteiden tietoja, jotka ovat lähestulkoon aina oikeat, vaikka laitteita ei olisi vielä suurelle yleisölle julkistettu.

Chatissa työskennellessä olen pyrkinyt ylläpitämään toimintani pitkälti samanlaisena kuin myymälässä ja keskustella asiakkaiden kanssa pilke silmäkulmassa. Tämä on kuitenkin haastavaa, sillä pelkään kirjoittavani jotain, jonka voisi tulkita väärin. Normaalitilanteessa myymälässä asiaa voisi tarkentaa ja avata, jos asiakas käsittää väärin, mutta chatissa tämä on toisin. Asiakkaan on helppo poistua välittömästi chatista ja kirjoituksesta on helppo ottaa kuvakaappaus. Jos asiakas tulkitsee viestin väärin, poistuu välittömästi ja lähtee jakamaan omaa näkökantaansa kuvan kera sosiaalisen median kanavissa, saattaa asiasta seurata pahimmassa tapauksessa suurikin kolaus yrityksen imagolle. Mieluummin noudatan niin sanottua turvallista keskustelumallia ja pyrin olemaan mahdollisimman korrekti. Vasta siinä vaiheessa, kun asiakkaan keskustelutyö ja asia tai ongelma on selvillä, uskallan lähteä viemään keskustelua eteenpäin oman näköisellä ilmaisutavalla. Toivon löytäväni sopivan tavan, jolla lähteä viemään keskustelua alusta asti rennolla otteella eteenpäin.

Meillä ei ole mitään erillistä seurantatyökalua, josta seurata liittymien myyntimääriä. En ole merkannut korvaavan työn ohella tuloksia ylös, joten en ole varma tämän viikon tuloksesta. Yli 10 liittymää tein varmuudella ja työviikko oli arkipyhän vuoksi tavallista lyhyempi, joten olen tulokseen tyytyväinen. Kirjoitustyyliin alkaa löytymään jo oikea suunta ja tällä viikolla uskalsin kokeilla paremmin erilaisia kirjoitus- ja lähestymistapoja. Vielä nämä kaipaavat parannusta, mutta ylemmiltä tahoilta tulleet positiiviset palautteet toivat itsevarmuutta työntekoon ja tiedän, että jo tähän mennessä tekemäni työ on mennyt hyvin. Nähtäväksi jää, millaisia haasteita lisätyön tuleminen chatin ohelle tuo, mutta odotan tulevaa haastetta innolla.

4 POHDINTA JA PÄÄTELMÄT

Päiväkirjaopinnäytetyön pääasiallisena tavoitteena oli havainnoida myyntineuvottelijan työkuva ja keskittyä erityisesti löytämään erinäisiä kehityskohteita myyntineuvottelijan päivittäisistä toiminnoista myyntityön parissa. Viikoittaisella raportoinnilla toteutettu 13 seurantaviikon mittainen seurantajakso kuvasi myyntineuvottelijan työkuva, analysoi omaa tekemistä sekä listasi myyntityön tuloksia. Nykyisen työn analyysissä kuvattiin lähtötasoa ennen raportoinnin alkua ja kerrottiin kattavasti työn keskeisimmistä työtehtävistä. Osiossa listattiin myös työhön kuuluvat sidosryhmät ja avattiin niiden roolia työn toteuttamisen näkökulmasta.

Päiväkirjaopinnäytetyötä aloittaessani olin toiminut Yritys X:n työntekijänä hieman yli kolmen vuoden ajan. Pidin omaa suoriutumistani työstä hyvän tasoisena, mutta koin myyntityön olevan suurin haasteeni. Juuri ennen seurannan alkua vaihdoin myymälästä toiseen sillä ajatuksella, että saisin myyntityöhöni uutta näkökulmaa. Yksittäinen suurin kompastuskiveni opinnäytetyötä aloittaessani oli rutiiniksi muodostunut työkuva, jonka tekemiseksi keskittymistä ei vaadittu paljoa. Tämän vuoksi työn myynnillinen puoli oli heikentynyt viimeisen puolen vuoden ajanjaksolla mitaten.

Koin juuri ennen seurannan alkua tapahtuneen myymälän vaihdoksen erittäin piristävänä seikkana päivittäiseen työhöni. Myymälän vaihdos antoi minulle myös paremman mahdollisuuden tarkkailla työtäni, sillä uusi työympäristö oli rauhallisempi kuin edellinen. Huomasin raportointia tehdessäni myös analysoivani työtäni entistä tarkemmin, joka oli omiaan auttamaan minua havaitsemaan ongelmakohtia myyntitapahtumien eri vaiheissa. Jokainen asiakaskohtaaminen on erilainen, mutta myyntitapahtuma etenee jotakuinkin samoilla askelmerkeillä joka kerta. Asettaessani myyntitapahtuman eri osa-alueita erityisen tarkkailun alle, sain huomata löytäväni useita eri kehityskohteita raportoinnin edetessä.

Löysin raportoinnin aikani useita eri osioita työskentelystäni, jotka paranivat jo seurantajakson aikana ja tarkoitukseni on hyödyntää havainnoimiani asioita myös tulevaisuudessa. Seurantajakson lopussa siirryttyäni väliaikaisesti korvaavien töiden pariin, koin päiväkirjaopinnäytetyön tekemisen olevan hyödyksi uuteen työkuvaan sopeutumisessa ja sen parantamisessa.

Ensimmäinen kehityskohde, jonka löysin raportoinnin kautta, oli lähestymistapani asiakkaaseen. Aiempi tapa oli mielestäni ollut melko toimiva, mutta koin sen kaipaavan parannusta. Otin mallia uuden työympäristön muilta myyntineuvottelijoilta ja onnistuin muuttamaan lähestymistapaani rennommaksi. Vaikutus asiakaskohtaamisiin oli huomattava ja koin pystyväni toimimaan enemmän omana itsenäni, joka helpotti työn tekemistä ja

myynnin onnistumista. Myöhemmässä vaiheessa raportointia tein toisenkin havainnoin sivuten tätä osa-aluetta. Kiinnitin huomiota tunnetilan vaikutukseen asiakaskohtaamisessa ja tätä silmällä pitäen kehitin toimintaani hiljaisina aikoina. Vähäisten asiakasmäärien aikana valikoin jonkin tuotteen, jota en yleensä myy ja opiskelin sen myyntiin erilaisia myyntitekniikoita. Sain näin pidettyä itseni vireänä, jonka ansiosta asiakaskohtaukset pysyivät laadukkaina.

Seurantajakson aikana kiinnitin huomiota toimintaani niinä hetkinä, kun myymälässä oli ruuhkaa. Ymmärsin stressaavani tulevien asiakkaiden reaktiota jonottamiseen, jonka vuoksi sen hetkinen asiakaskohtaaminen kärsi. Keskityin korjaamaan asennoitumistani tähän siten, etten kantaisi liikaa huolta ja pyrin luottamaan siihen, että asiakkaat malttavat jonottaa. Ajatuksenani oli myös se, että palvelun laadun parantamisella kiireisenä aikana asiakkaat saavat enemmän vastinetta odotusajalleen. Stressiin liittyen aloin systemaattisesti myös vähentämään ylimääräisten töiden tekemistä myymälän ylläpitoon liittyen. Tämä oli ollut aiemminkin ongelmana minulle ja aiheuttanut minulle ajoittain paljonkin stressiä. Raportoinnin aikana onnistuin kuitenkin oman toiminnan tarkkailun ansiosta kantamaan vähemmän huolta ja luottamaan siihen, että muut tekevät osansa myymälässä.

Raportoinnin aikana opettelin uudenlaista myyntitekniikkaa sekä palauttelin mieleeni vanhoja, toimivaksi todettuja konsteja. Laitemyynnin osalta kokeilin myynnin tekemistä mielikuvien kautta, jonka tarkoituksena oli vahvistaa asiakkaan kiinnostusta kyseistä laitetta kohtaan. Kokeilut olivat onnistuneita ja hyödynsin mielikuvia myöhemmin myös palvelutuotemyynnissä. Kaupanpäättökseen liittyen palautin mieleeni keinon, jonka olin jostakin syystä unohtanut. Aloin esittämään kaupanpäättöstä asiakkaille kysymysmuotoisen päätöksen sijaan toteamuksena ja tämä keino edesauttoi useamman myyntitilanteen onnistumisessa.

Seurantaviikkojen lomassa aloin kiinnittämään huomiota elekieleeni ja tapoihini kommunikoida asiakkaille tuotteista. Tarkoituksenani oli esittää asiat myyntitilanteessa innostuneemmin, jotta innostuneisuus tarttuisi myös asiakkaaseen ja edistäisi kaupanteon onnistumista. Aloin tämän osalta myös käyttämään enemmän kehonkieltä vahvistamaan sanojani. Tämän vaikutuksia on haasteellista mitata, mutta omasta mielestäni kehonkielen hyödyntäminen oli kannattavaa ja aion toteuttaa sitä myös jatkossa enemmän.

Viimeisten kahden seurantaviikon aikana siirryin chat-palveluun korvaaviin töihin myymälän sulkeutumisen vuoksi. Koin raportoinnin hyödyllisenä työn toteuttamisen kannalta, sillä kirjasin haasteita itselleni ylös ja tämän myötä muistin kiinnittää niiden parantamiseen huomiota. Tällä oli mielestäni suuri vaikutus työn laatuun ja sainkin kehuja toiminnastani työn edetessä.

Kaikkien näiden kehityskohteiden löytäminen ja niihin keskittyminen auttoivat minua korjaamaan haasteellisimmaksi pitämäni osa-aluetta eli rutiininomaista toimintaa. Työn tekemisen tarkkailun kautta löydettyt kehitettävät asiat pakottivat minut muuttamaan toimintatapoja ja rikkomaan rutiineja myyntityössä. Kaiken kaikkiaan koen kehittyneeni seurantajakson aikana paremmaksi työssäni ja odotan pääseväni myymäläympäristöön jatkaa kehityskohteiden työstämistä. Aion kiinnittää korvaavan työn aikana huomiota toimiviin myyntimenetelmiin chatissa ja jalostaa niitä sopivaan muotoon myymälässä hyödynnettäväksi. Mielestäni päiväkirjaopinnäytetyö täytti sille asettamani odotukset ja auttoi minua löytämään kehitettäviä asioita sekä tarkkailemaan työni tekemistä paremmin kuin aiemmin. Opinnäytetyön jälkeen koen olevani kokonaisvaltaisempi myyntityössä.

LÄHTEET

Verkkolähteet:

Ciotti, G. 2019. Customer Service Skills. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://www.helpscout.com/blog/customer-service-skills/>

Discord Inc. 2020. Discord - Yhtiö. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://discord.com/company>

Freshdesk Inc. 2020 Customer Service Skills. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://freshdesk.com/customer-service-skills>

GSMArena.com. 2020. [Viitattu 01.05.2020]. Saatavissa: www.gsmarena.com

Hannukainen, T. 2019. Mielikuvien voima – Pistesija ei riitä menestykseen. [Viitattu 29.02.2020]. Saatavissa: <https://www.adeptus.fi/myyntiestteet/mielikuvien-voima>

Hyttinen, J. 2014. Mistä syntyy menestyvä asiakaspalvelu? [Viitattu 18.04.2020]. Saatavissa: <https://www.asml.fi/blogi/mista-syntyy-menestyva-asiakaspalvelu/>

Ilmarinen. 2020. Lisää vuorovaikutusta, lisää osaamista. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://www.ilmarinen.fi/siteassets/liitepankki/tyohyvinvointi/opas-lisaa-vuorovaikutusta-lisaa-osaamista.pdf>

Laine, J. 2011. Kaupan päättäminen: Seitsemän vinkkiä tehokkaampaan klousaamiseen. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://saletas.wordpress.com/2011/04/12/kaupan-paattaminen-seitseman-vinkkia-tehokkaampaan-klousaamiseen/>

Lupari, T. 2016. Hyvä myyjä luo tunneyhteyden. [Viitattu 29.03.2020]. Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/01/14/hyva-myyja-luo-tunneyhteyden>

Luukkanen, J. 2020. Ymmärrä mitä teet. [Viitattu 20.03.2020]. Saatavissa: <https://www.huippumyynti.fi/ymmarra-mita-teet/>

Moak, L. 2018. Associates become Masters in Apple Training Program. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://publicaffairs-sme.com/FamilyServingFamily/2018/03/01/associates-become-masters-in-apple-training-program/>

Myynnin & Markkinoinnin Ammattilaiset MMA. 2020 Työsuojelu. [Viitattu. 14.02.2020]. Saatavissa: <https://www.mma.fi/jasensivut/tyosuhteessa/tyosuojelu>

Nyyti Ry. 2020. Ajanhallinta on taito. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://www.nyyti.fi/opiskelijoille/opi-elamantaitoa/hallittua-ajankaytto/>

Sarkkinen, M. 2016. Priorisoi työtehtäviäsi, mutta älä poimi rusinoita pullasta. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://www.ttl.fi/tyopiste/priorisoi-tyotehtaviasi-mutta-ala-poimi-rusinoita-pullasta/>

SurveyMonkey. 2020. Net Promoter Score – kyselytutkimus. [Viitattu 02.05.2020]. Saatavissa: <https://fi.surveymonkey.com/mp/net-promoter-score/>

Wan, M. 2018. Työntekijä osaksi työyhteisöä. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <http://www.hanuman.fi/tyontekija-osaksi-tyoyhteisoa/>

WhatsApp Inc. 2020. Tietoja WhatsAppista. [Viitattu 06.05.2020]. Saatavissa: <https://www.whatsapp.com/about/>

DNA Oyj. 2020. DNA selvitti: Koronavirustilanne lisännyt uutisten seuraamista ja viestittelyä. [Viitattu 12.04.2020]. Saatavissa: <https://corporate.dna.fi/lehdistotiedotteet?type=stt2&id=69878434&scrollTo=UJpEOgFgPw1f>

Kirjallisuuslähteet:

Erikson, T. 2019. Idiootit ympärilläni. Kuinka ymmärtää paremmin muita ja itseään. Jyväskylä: Atena Kustannus.